



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

## **CAPITOLATO TECNICO E PROCEDURA DI SELEZIONE DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DI PARTE DEL PROGRAMMA DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE DEI PRODOTTI AGRICOLI NEL MERCATO INTERNO**

**ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi** (di seguito indicata come "Organizzazione proponente" o "Organismo proponente"), con sede legale in Milanofiori Strada 4, Palazzo Q8, 20089 Rozzano (MI) – ITALIA, tel. 02/8925901 fax 02/57510607 email: [assica@assica.it](mailto:assica@assica.it) PEC: [assica@promopec.it](mailto:assica@promopec.it), in qualità di Organismo proponente del Programma triennale "**Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY**" (acronimo "ASSICAITBE2"), Programma di informazione e promozione cofinanziato dalla Commissione Europea, ai sensi del Regolamento (UE) n. 1144/2014, del Regolamento delegato (UE) 2015/1829, del Regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 e dell'Invito 2023 a presentare proposte - Programmi semplici - Azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi in conformità all'articolo 13 del Regolamento (UE) n. 1144/2014 e dell'articolo 2 commi 1 e 2 del Regolamento delegato (UE) n. 1829/2015, nonché alle indicazioni fornite con gli Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DBD(2016) 321077 del 7 luglio 2016 e in conformità al Decreto direttoriale del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, DIQPAI, DGPQA – Uff. PQA V, n. 640411 del 20 novembre 2023 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione.

### **INDICE**

**un bando di gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di esecuzione"** incaricato della realizzazione di parte delle azioni, rivolte al raggiungimento degli obiettivi previsti nell'ambito del Programma "**Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY**" (acronimo "ASSICAITBE2"), che si svolgerà nei Paesi **Italia e Belgio** e riguarderà i prodotti **carne suina e salumi**, proseguendo il Programma di promozione triennale in esecuzione, che terminerà il 31 marzo 2024 (stesso nome, acronimo "ASSICAITBE").

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 attenendosi puntualmente alle indicazioni contenute all'interno del presente "CAPITOLATO TECNICO".

**ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi** intende effettuare la selezione dell'Organismo di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, 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'interesse, alle condizioni indicate dai Regolamenti europei di riferimento e dall'ultimo Decreto disponibile, Decreto del Direttore Generale del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste n. 640411 del 20 novembre 2023 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione.



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

## 1 - NORMATIVA E DOCUMENTAZIONE DI RIFERIMENTO

Il quadro dei riferimenti normativi essenziali ai fini dell'esecuzione del Programma comprende:

- regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 22 ottobre 2014, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi e che abroga il regolamento (CE) n. 3/2008 del Consiglio;
- regolamento delegato (UE) 2015/1829 della Commissione, del 23 aprile 2015, che integra il regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio, relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- regolamento di esecuzione (UE) 2015/1831 della Commissione, del 7 ottobre 2015, recante modalità di applicazione del regolamento (UE) n. 1144/2014 del Parlamento europeo e del Consiglio relativo ad azioni di informazione e di promozione riguardanti i prodotti agricoli realizzate nel mercato interno e nei paesi terzi;
- Orientamenti sulla procedura di gara di cui alla nota della Commissione europea DDG1.B5/MJ/DBD (2016) 321077 del 7 luglio 2016;
- Decreto direttoriale del Ministero dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste, DIQPAI, DGPQA – Uff. PQA V, n. 640411 del 20 novembre 2023 relativo alla procedura di selezione degli organismi di esecuzione

**ASSICA 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). L'Organismo appaltante deve però effettuare la selezione degli Organismi di esecuzione attraverso una procedura di gara aperta nel rispetto dei principi di interesse transfrontaliero, trasparenza, pubblicità, imparzialità, parità di trattamento dei candidati, nonché delle condizioni indicate nei predetti Orientamenti della Commissione europea e del sopracitato Decreto direttoriale n. 640411 del 20 novembre 2023.

## 2 – INFORMAZIONI PRINCIPALI DEL PROGETTO

### BREVE DESCRIZIONE

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2023 per quanto concerne il topic AGRIP-SIMPLE-2023-IM-CHARACTERISTICS, l'azione **"Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY"** si propone di proseguire nel triennio 2024-2027 il lavoro svolto con la prima edizione della campagna (2021-2024) nel miglioramento del grado di conoscenza dei prodotti agricoli UE così da aumentarne la competitività e il consumo attraverso la promozione dei prodotti di carne suina e salumi all'interno dei Paesi Italia e Belgio.



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

## **PRODOTTI OGGETTO DI PROMOZIONE**

L'azione sul mercato italiano e belga promuoverà i prodotti carne suina e salumi

## **ORGANISMO PROPONENTE**

ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi

## **PAESE TARGET**

Italia e Belgio

## **OBIETTIVI GENERALI**

- 1) Migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agroalimentari dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione
- 2) Aumentare le vendite del settore in Italia e l'export dei prodotti della campagna in Belgio

## **GRUPPI TARGET DEL PROGETTO**

### **A) Paese obiettivo Italia:**

- ✓ Addetti e operatori del settore (allevatori, macellatori, trasformatori, addetti alla vendita di GDO e Normal Trade, Ho.Re.Ca.)
- ✓ Media e professionisti dell'informazione
- ✓ Operatori del settore, esperti di scienza e nutrizione, di economia circolare e sostenibilità
- ✓ Consumatori millennials

### **B) Paese obiettivo Belgio:**

- ✓ Media e influencer
- ✓ Consumatori Gen X

## **STRATEGIA DI AZIONE**

In Italia, dove l'Organizzazione proponente può contare su un profondo radicamento, una capillarità e una riconoscibilità indiscussa da parte di tutti gli operatori, la strategia mira a proseguire l'opera di rafforzamento della collaborazione all'interno della filiera suinicola, a rafforzarne la competenza e l'aggiornamento per aumentarne la conoscenza e sensibilità sui valori della UE. L'azione intende agire sull'intera filiera: dai segmenti alla base (allevatori, macellatori) a quelli a valle (GDO, Normal trade e Ho.Re.Ca.), senza dimenticare tutte le figure professionali intermedie (addetti delle aziende di trasformazione) e i futuri professionisti del settore. Contestualmente si migliorerà l'immagine dei prodotti suinicoli europei anche presso i consumatori per incrementare il loro consumo. Si privilegia qui un consumatore più giovane, poiché sono i Millennials coloro risultati essere più sensibili ai messaggi di progetto.

In **Belgio** la strategia si rivolge prevalentemente ai consumatori (concentrandosi in particolare su consigli d'uso, ricette, approfondimenti che stuzzichino la loro curiosità anche attraverso l'ADV), ai media e ai social media influencer, focalizzandosi nell'evidenziare e raccontare le caratteristiche specifiche dei prodotti suinicoli dell'Unione, con l'obiettivo di migliorarne l'immagine, il percepito e rendere i consumatori più informati e consapevoli sul loro consumo all'interno di una dieta equilibrata.



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

#### **ATTIVITÀ DA SVOLGERE**

- 2.2 PR radio e TV – Italia
- 2.3 Collaborazioni con influencers - Belgio
- 2.4 Influencer tour in Italia - Belgio
- 3.1 Sito Web – Italia e Belgio
- 3.2 Social Media – Italia e Belgio
- 3.3 Piattaforma E-Learning – Italia e Belgio
- 3.4 Podcast - Italia
- 4.1 Pubblicità stampa – Italia e Belgio
- 4.2 Pubblicità online – Italia e Belgio
- 5.1 Identità visiva e materiali di comunicazione – Italia e Belgio
- 5.2 Video – Italia e Belgio
- 6.1 Stand fiera Ecomondo – Italia
- 6.2 Seminari, workshop, B2b: masterclass con gli Istituti - Italia
- 6.5 Eventi PR – Italia e Belgio
- 7.1 POS Advertising - Italia

#### **DURATA DEL PROGRAMMA**

36 mesi (suddiviso in 3 fasi annuali)

#### **BUDGET TOTALE DI PROGETTO**

€ 3.164.757,00 iva inclusa

#### **BUDGET COSTI AZIONI COMPRESIVI DEL FEE ORGANISMO ESECUTORE PER IL QUALE VIENE INDETTO IL BANDO DI GARA**

€ **1.821.910 iva esclusa** così suddivisi:

- € 730.308 per il 1° anno
- € 567.271 per il 2° anno
- € 524.331 per il 3° anno

Il Programma non è suddiviso in lotti. Si precisa che i soggetti interessati a partecipare al presente bando di gara dovranno presentare un'offerta prendendo in considerazione il budget dei costi di € **1.821.910 iva esclusa** comprensivo del compenso dell'Organismo di esecuzione.

#### **INIZIO DELLE ATTIVITÀ**

Orientativamente dal 1° aprile 2024

#### **OGGETTO DELL'APPALTO**

Il servizio consiste nell'esecuzione di una parte del Programma. L'Organismo di esecuzione avrà il compito di assicurare lo sviluppo e lo svolgimento della parte di Programma affidato, nell'arco del triennio 2024-2027, a partire dalla sottoscrizione del contratto; l'implementazione delle attività informative e promozionali indicate di seguito, deve tenere conto delle informazioni riportate nel presente capitolato. Lo sviluppo e l'esecuzione della parte del Programma in oggetto deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi e alle tematiche da trattare, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE n. 1144/2014, assicurando una



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

chiara riconoscibilità al Programma e al relativo soggetto promotore. Il servizio deve essere implementato da un supporto tecnico e operativo sufficientemente qualificato. Qualsiasi variazione nell'esecuzione delle azioni rispetto a quanto precedentemente concordato dovrà essere preventivamente autorizzata dall'Organizzazione proponente mediante atto scritto. È facoltà dell'Organizzazione proponente richiedere all'Organismo di esecuzione di confrontarsi sulla selezione dei subfornitori, al fine di assicurare il raggiungimento degli obiettivi del progetto con l'intento di ottimizzare le risorse disponibili.

### **MODALITÀ DI ESECUZIONE**

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

### **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 che includano: project management, team working, comunicazione, grafica, organizzazione eventi, etc.

L'Organismo di esecuzione, per l'intera durata del contratto, si impegna 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;
- concordare e condividere tutte le attività del team con l'Organismo proponente;
- adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità ed esperienza, onestà, moralità e di provata riservatezza, il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- 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;
- rispettare, nei confronti del proprio personale, i contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale e assicurativo;
- predisporre tutti i possibili mezzi di comunicazione che possano semplificare il coordinamento, monitoraggio e controllo del Programma.

### **DURATA DEL SERVIZIO**

Il servizio ha la durata di 36 mesi, decorrenti dalla data di stipula del contratto, che verrà firmato tra il committente e l'aggiudicatario entro 60 giorni dalla sottoscrizione della convenzione di sovvenzione tra



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

l'Organismo beneficiario e l'Ente pagatore (AGEA) e avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

### 3 - CAPITOLATO TECNICO

#### OBIETTIVI PRINCIPALI DEL PROGRAMMA

In linea con gli obiettivi strategici fissati dalla Commissione nell'ambito del Regolamento (UE) 1144/2014 e con il Work Programme for 2023 per quanto concerne il topic AGRIP-SIMPLE-2023-IM-CHARACTERISTICS), il Programma "**Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY**" ha come obiettivi migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agroalimentari dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione e aumentare la competitività del settore e il consumo di carne suina nei due Paesi in cui la campagna si svolge **Italia e Belgio**. Il Programma in oggetto rappresenta la prosecuzione della prima edizione del medesimo Programma, realizzato da ASSICA nel triennio 2021-2024.

Il progetto è, nella sua totalità, un'azione di divulgazione e di informazione coerente con le priorità stabilite nel programma di lavoro annuale e l'invito a presentare proposte, per il relativo topic poiché mira a mettere in evidenza in particolare le specificità dei metodi di produzione agricola dell'Unione, sul piano della sicurezza degli alimenti, della tracciabilità, dell'autenticità, degli aspetti nutrizionali, della sostenibilità così pure delle loro caratteristiche in termini di qualità, sapore e tradizioni legate ai prodotti promossi.

Gli obiettivi specifici del Programma, anche nel triennio che prosegue la prima edizione della campagna, si confermano quelli di:

- **migliorare il grado di conoscenza dei meriti dei prodotti agricoli dell'Unione e degli elevati standard applicabili ai metodi di produzione**
- **aumentare la competitività del settore e il consumo di carne suina nei due paesi in cui la campagna si svolge (Italia e Belgio)**

Gli obiettivi del presente Programma sono coerenti con l'obiettivo generale delle azioni di informazione e promozione, che è quello di "rafforzare la competitività del settore agricolo dell'Unione", con particolare riferimento ai prodotti di carne suina e salumi.

#### TEMATICHE DA TRATTARE

I messaggi della campagna sono stati definiti considerando e uniformandosi alle FBDG e alle raccomandazioni dietetiche specifiche dei 2 paesi target e sono conformi ad esse, invitando a un consumo moderato, consapevole e inserito all'interno di una dieta varia e bilanciata e di uno stile di vita sano in cui l'attività fisica ha un ruolo determinante. L'azione "**Trust Your Taste, CHOOSE EUROPEAN QUALITY**" si propone di promuovere il miglioramento della conoscenza e dell'immagine dei prodotti di carne suina e salumi attraverso azioni di informazioni specifiche riguardo alcuni passaggi fondamentali dei metodi di produzione dei prodotti europei, quali la sicurezza, gli aspetti nutrizionali, il benessere animale e la sostenibilità che sono attualmente gli aspetti più dibattuti e controversi e tra le cause di abbandono del consumo di carne da parte dei cittadini comunitari.

In linea con il messaggio principale dell'Unione, i messaggi principali da diffondere saranno i seguenti:

- Qualità
- Fiducia
- Sicurezza
- Aspetti nutrizionali
- Sostenibilità
- Benessere animale

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

**TIPOLOGIA DI ATTIVITÀ E INIZIATIVE AMMISSIBILI**

Si riportano di seguito le attività programmate e il relativo budget (iva esclusa). Si precisa che non sono previsti spostamenti di budget né tra WP, né tra le attività.

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE		
Destinatari	Media e consumatori in Italia		
Attività	<b>2.2 PR RADIO TV IN ITALIA</b>		
Descrizione dell'attività	Gli interventi sui principali media locali/nazionali informeranno su vasta scala gli aspetti premianti riferiti ai meriti della carne suina e salumi di origine europea, e saranno orientati a favorirne la conoscenza presso estese e qualificate componenti del target-audience (generalista e specialistico). I servizi, realizzati in studio o con riprese televisive, affronteranno i temi di maggiore interesse: le caratteristiche gastronomiche, nutrizionali, di sicurezza alimentare e di legame con la tradizione e il territorio d'origine, le fasi produttive e l'attenzione alla sostenibilità. Particolare attenzione sarà posta a coordinare gli interventi, coinvolgendo le principali realtà istituzionali e scientifiche del settore o altri referenti di riconosciuta autorevolezza, mettendo a disposizione delle redazioni autorevoli esperti e testimonial dei settori "professional" (scientifico, nutrizionale, istituzionale, produttivo, etc.). Annualmente verrà predisposto un report per valutare l'impatto delle attività in termini di uscite, audience e posizionamento della campagna nell'ambito del servizio.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	n. 20 servizi non a pagamento andati in onda	n. 20 servizi non a pagamento andati in onda	n. 20 servizi non a pagamento andati in onda
Subtotale per attività	Italia 70.060 €	Italia 70.060 €	Italia 70.060 €

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE		
Destinatari	Influencer in Belgio		
Attività	<b>2.3 COLLABORAZIONI CON INFLUENCERS IN BELGIO</b>		
Descrizione dell'attività	Il primo anno verranno individuati 5 influencers e blogger belgi selezionandoli il base al numero di followers, engagement e reputation, ed ingaggiandoli per dare spazio sui loro canali alle attività (con post, foto e ricette) ed ingaggiandoli nella partecipazione ad un Incoming Tour (si veda azione successiva). Ad ognuno degli influencers verrà inviata una campionatura dei prodotti testimonial sufficiente ad elaborare 4 contenuti ciascuno, pubblicati secondo un calendario condiviso in modo da massimizzarne l'efficacia tenuto anche conto del piano editoriale per i canali social istituzionali.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	5 Collaborazione Influencers	5 Collaborazione Influencers	5 Collaborazione Influencers
Subtotale per attività	Belgio 29.493 €	Belgio 21.978,50 €	Belgio 21.978,50 €

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	2. RELAZIONI PUBBLICHE		
Destinatari	Influencer in Belgio		
Attività	<b>2.4 INFLUENCER TOUR (IN ITALIA)</b>		
Descrizione dell'attività	Il primo anno i 5 influencers e blogger belgi selezionati verranno coinvolti nella partecipazione ad un Incoming Tour formativo, che si concentrerà nelle principali aree di produzione (Emilia Romagna, Lombardia, etc.) per dare un'overview completa delle produzioni e dei loro territori di provenienza, affinché possano divenire veri e propri ambassador con cui costruire una partnership triennale e condividere contenuti originali sui loro profili.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 Influencer e blogger tour		
Subtotale per attività	Belgio 23.730 €		

WP	3. SITO WEB E SOCIAL MEDIA		
Destinatari	Consumatori, media e operatori in tutti i paesi		
Attività	<b>3.1 SITO WEB – Italia e Belgio</b>		
Descrizione dell'attività	Il sito web creato nel precedente progetto <a href="http://www.trustyourtaste.eu">www.trustyourtaste.eu</a> dai primi mesi di attività dovrà essere aggiornato, adattando la grafica al visual revisionato della campagna e alle sue caratteristiche stilistiche. Sarà l'hub del progetto, conterrà tutte le informazioni di riferimento sulla campagna. Nel sito, che sarà responsive, multilingua (italiano, francese, inglese) e in linea con gli sviluppi della normativa privacy dei 2 paesi, saranno presenti il calendario delle attività di in-store promotion, i materiali multimediali (video e podcast), così come tutte le informazioni utili agli operatori. Nell'arco della campagna mira a raggiungere circa 40.000 utenti.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	Aggiornamento costante	Aggiornamento costante	Aggiornamento costante
Subtotale per attività	Italia 5.650 € Belgio 6.780 €	Italia 5.650 € Belgio 6.780 €	Italia 5.650 € Belgio 6.780 €
Totale WP	12.430,00€	12.430,00€	12.430,00€

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	3. SITO WEB E SOCIAL MEDIA		
Destinatari	Consumatori, media e operatori in tutti i paesi		
Attività	<b>3.2 SOCIAL MEDIA – Italia e Belgio</b>		
Descrizione dell'attività	I canali settati nel precedente progetto saranno presidiati senza interruzioni nel passaggio al nuovo triennio. Ci saranno canali Instagram distinti tra Italia e Belgio per permettere un'interazione con la community nella lingua madre (italiano, francese e fiammingo), mentre la pagina FB sarà unica. Entro i primi mesi si definiranno i piani editoriali (uno per paese) in modo coordinato rispetto all'attività della precedente campagna e prevedendo la creazione e pubblicazione settimanale di almeno 2 contenuti (con grafiche dedicate) sui prodotti, le loro caratteristiche e gli standard di produzione, in un'ottica di sostenibilità ed eticità dei consumi per mantenere alto il coinvolgimento degli utenti. Il canale YouTube andrà aggiornato coi nuovi contenuti prodotti e gestito (moderazione/interazione).		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	Animazione continuativa canali social	Animazione continuativa canali social	Animazione continuativa canali social
Subtotale per attività	Italia: 22.600 € Belgio: 27.120 €	Italia: 22.600 € Belgio: 27.120 €	Italia: 22.600 € Belgio: 27.120 €
Totale WP	49.720,00 €	49.720,00 €	49.720,00 €

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	3. SITO WEB E SOCIAL MEDIA		
Destinatari	Consumatori e operatori in tutti i paesi		
Attività	<b>3.3 PIATTAFORMA E-LEARNING</b>		
Descrizione dell'attività	Per garantire il processo di continua formazione del target operatori, l'ampliamento del progetto della Trust Your Taste Academy verrà sostenuto attraverso la predisposizione di una piattaforma e-learning dedicata e fruibile da entrambi i mercati nelle lingue italiano, inglese e francese. Sulla piattaforma verranno caricati i video realizzati nel progetto in corso, che verranno annualmente integrati con i nuovi episodi (nelle diverse lingue) dell'Academy. La piattaforma interattiva permetterà di monitorare la frequenza e di conferire un attestato agli operatori formati, un riconoscimento che potrà quindi servire anche come "certificato" a vantaggio del consumatore. Infine, verrà attivata una nuova sezione, dedicata al consumatore, per ampliare la platea di fruitori di questi video informativi raggiungendo nel triennio 10.000 utenze attive.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 piattaforma e-learning dedicata	1 piattaforma e-learning dedicata	1 piattaforma e-learning dedicata
Subtotale per attività	Italia 6.780 € Belgio 6.780€	Italia 5.424 € Belgio 5.424€	Italia 5.424 € Belgio 5.424€

WP	3. SITO WEB E SOCIAL MEDIA		
Destinatari	Consumatori e operatori in Italia		
Attività	<b>3.4 PODCAST</b>		
Descrizione dell'attività	La campagna coinvolgerà il consumatore attraverso la produzione di una propria serie podcast originale in dieci episodi - sei il primo anno in modo da coinvolgere e affezionare il consumatore, mentre verranno rilasciati due inediti per ciascuno degli anni successivi. Il format si presterà sia ad essere un progetto itinerante che un vero e proprio talk con un racconto dei prodotti sotto varie angolature (gusto, economia, storia, curiosità, etc.) con una narrazione giornalistica e voci adatte al podcast. Ogni episodio della durata di circa 15 minuti verrà distribuito su piattaforme OnePodcast, Il Gusto e sulle principali OTT (Spotify, Amazon Music, Apple Podcast e Google Podcast) raggiungendo almeno 75.000 ascoltatori e generando almeno 500.000 impressions grazie alla promozione sulle piattaforme del gruppo GEDI.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	6 podcast	2 podcast inediti	2 podcast inediti
Subtotale per attività	90.400,00 €	33.900,00 €	33.900,00 €

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	4. PUBBLICITÀ		
Destinatari	Operatori in tutti i paesi		
Attività	<b>4.1 PUBBLICITÀ STAMPA</b>		
Descrizione dell'attività	Per raggiungere gli operatori di settore, target chiave di progetto, sarà realizzata pubblicità su riviste specializzate del settore. È previsto l'acquisto di 3 spazi/anno in Italia, 2 in Belgio nella parte di centrale di ciascuna annualità. Ogni adv presenterà la campagna, obiettivi e parlerà in modo professionale dei prodotti, con un approfondimento sul consumo consapevole e sostenibile. In Italia l'acquisto di spazi sarà su testate di settore come FOOD, Salumi&Consumi,etc. In Belgio la pubblicazione sarà su magazine come Elle à Table/ELLE eten o Femmes d'Aujourd'hui.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	3 spazi adv (Italia) 2 spazi adv (Belgio)	3 spazi adv (Italia) 2 spazi adv (Belgio)	3 spazi adv (Italia) 2 spazi adv (Belgio)
Subtotale per attività	Italia 16.272 € Belgio 19.944,50 €	Italia 16.272 € Belgio 19.944,50 €	Italia 16.272 € Belgio 19.944,50 €
Totale WP	36.216,50 €	36.216,50 €	36.216,50 €

WP	4. PUBBLICITÀ		
Destinatari	Operatori in tutti i paesi		
Attività	<b>4.2 PUBBLICITÀ ONLINE</b>		
Descrizione dell'attività	Nei 2 Paesi verrà attivata una pianificazione mirata di advertising online per accrescere l'awareness della campagna e dei prodotti, ampliare le community online, portare traffico al sito web e promuovere la visione dei video. Per farlo verranno creati banner e post ad hoc che riprenderanno l'identità visiva della campagna e saranno ideati copy particolarmente incisivi. L'adv sarà pianificata appositamente su Facebook Ads, Instagram Ads e Google Ads per YouTube, a cui si aggiungerà pubblicità su siti di settore. Per rafforzare i messaggi si prevede la pubblicazione l'anno 1 e 2 di contenuti anche sulle versioni digitali di testate generaliste come IlSole24Ore attraverso branded content e Digital Native campaigns, così da reiterare su più fronti i key messages della campagna.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 campagna online continuativa in ciascun Paese 2 spazi su portali online Italia	1 campagna online continuativa in ciascun Paese 2 spazi su portali online Italia	1 campagna online Continuativa in ciascun Paese
Subtotale per attività	Italia 68.365 € Belgio 25.425 €	Italia 68.365 € Belgio 25.425 €	Italia 25.425 € Belgio 25.425 €
Totale WP	93.790,00 €	93.790,00 €	50.850,00 €

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	5. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Destinatari	Consumatori, media e operatori in tutti i paesi		
Attività	<b>5.1 IDENTITÀ VISIVA E MATERIALI DI COMUNICAZIONE – ITALIA E BELGIO</b>		
Descrizione dell'attività	È previsto il restyling dell'identità visiva del progetto, oltre alla realizzazione di un photoshooting (almeno 30 scatti) che servirà a fornire un archivio ampio e variegato di immagini dei prodotti testimonial. Gli scatti saranno anche già orientati alle sensibilità dei 2 mercati, interpretando gli usi e la cucina dei due Paesi. La produzione di materiali cartacei sarà ridotta al minimo per ridurre gli impatti e prevedrà l'utilizzo di carte certificate e privilegiando tipografie rispettose dell'ambiente. I principali materiali che saranno realizzati ogni anno: 40.000 flyers destinati alle iniziative nei POS del Normal Trade e della GDO, 1 ricettario digitale, 60 grembiuli destinati agli operatori delle attività promozionali NT coinvolte, 3.600 shoppers, 1.000 gadgets (per stampa e media).		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	Aggiornamento dell'identità visiva 1 shooting 1 ricettario digitale 40.000 Flyer 60 Grembiuli 3.600 Shopper 1.000 Gadgets	1 ricettario digitale 40.000 Flyer 60 Grembiuli 3.600 Shopper 1.000 Gadgets	1 ricettario digitale 40.000 Flyer 60 Grembiuli 3.600 Shopper 1.000 Gadgets
Subtotale per attività	Italia 39.776 € Belgio 18.758 €	Italia 23.278 € Belgio 2.260 €	Italia 23.278 € Belgio 2.260 €
Totale WP	58.534,00 €	25.538,00 €	25.538,00 €

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	5. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE		
Destinatari	Operatori e consumatori di tutti i paesi		
Attività	<b>5.2 VIDEO</b>		
Descrizione dell'attività	Proseguendo il lavoro svolto nel primo triennio, verrà potenziata la Video Academy attraverso la creazione di nuovi contenuti ed il suo pubblico ampliato sia attraverso l'attivazione di una nuova sezione dedicata al consumatore che attraverso la traduzione ed il doppiaggio degli episodi per ampliare la platea anche agli operatori e ai consumatori belgi. Sono previsti 9 video nel corso dei 3 anni della campagna (3 ogni anno), definendo le tematiche anche in base all'attualità del settore. Ogni video vuole raggiungere almeno 20.000 visualizzazioni e sarà realizzato dalla progettazione allo storyboard, fino alla produzione e all'editing in maniera professionale. Un test digitale permetterà di valutare la comprensione dell'argomento e darà diritto ad un attestato ufficiale rilasciato da ASSICA.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	3 video in 3 lingue	3 video in 3 lingue	3 video in 3 lingue
Subtotale per attività	Italia 40.680 € Belgio 10.339,50 €	Italia 40.680 € Belgio 10.339,50 €	Italia 40.680 € Belgio 10.339,50 €
Totale WP	51.019,50 €	51.019,50 €	51.019,50 €

WP	6. EVENTI		
Destinatari	Operatori e consumatori in Italia		
Attività	<b>6.1 STAND FIERA ECOMONDO</b>		
Descrizione dell'attività	L'Organizzazione proponente sarà presente l'anno 1 in occasione del suo avvio alla fiera Ecomondo (Rimini). È previsto uno stand di 16mq, personalizzato con la grafica della campagna e grazie al supporto di personale formato ad hoc per raggiungere almeno 5.000 operatori attraverso la distribuzione del materiale e degli strumenti di comunicazione. Gli scatti realizzati ed i video formativi verranno trasmessi grazie al nolo di apparecchiature audio e video. Verranno realizzati almeno 20 B2B meetings in occasione dell'evento e grazie anche alla realizzazione di un workshop formativo e divulgativo in cui verrà presentata la campagna e le sue iniziative contestualizzandole all'interno del complesso di obiettivi di sostenibilità di cui l'EU è portavoce e di cui ASSICA è attivo promotore.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 stand a Ecomondo Italia		
Totale WP	Italia 39.583,90 €		

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

WP	6. EVENTI		
Destinatari	Operatori e consumatori in Italia		
Attività	<b>6.2 SEMINARI, WORKSHOP, B2B: MASTERCLASS CON GLI ISTITUTI (ITALIA)</b>		
Descrizione dell'attività	Verranno realizzate ogni anno nella seconda metà dell'anno 6 Masterclass (in presenza e registrate) con gli studenti di Istituti Tecnici Professionali/Istituti alberghieri (circa 40 per ogni masterclass) di tutta Italia ed in particolare coinvolgendo 2 realtà al Nord, 2 al Centro e 2 nel Sud. Seguirà una sessione conclusiva più "pratica", attraverso laboratori interattivi alla scoperta dei vari tagli e salumi, della loro lavorazione, preparazione o ricettazione a seconda della tematica affrontata.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	6 Masterclass per operatori Italia	6 Masterclass per operatori Italia	6 Masterclass per operatori Italia
Totale WP	Italia 39.663 €	Italia 39.663 €	Italia 39.663 €

WP	6. EVENTI		
Destinatari	Media, Operatori in Italia e Belgio		
Attività	<b>6.5 EVENTI PR – ITALIA E BELGIO</b>		
Descrizione dell'attività	Ogni anno in entrambi i paesi verrà prevista l'organizzazione di un evento di PR dedicato ai rappresentanti di media, istituzioni e opinion leader di settore, organizzato in location prestigiosi ed esclusivi. Gli eventi -che si svilupperanno nell'arco di un'intera giornata ciascuno, si comporranno di una prima parte informativa e promozionale. Seguiranno quindi un incontro con i giornalisti durante l'evento in Italia ed un appuntamento istituzionale in Belgio cui farà seguito un momento conviviale per circa 70 ospiti in Italia e 100 in Belgio, che permetterà di unire l'attività di PR, svolta direttamente dai referenti dell'associazione, alla degustazione dei prodotti. Un fotografo professionista sarà presente durante tutta la serata.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	1 evento in Italia 1 evento in Belgio	1 evento in Italia 1 evento in Belgio	1 evento in Italia 1 evento in Belgio
Subtotale per attività	Italia 19.210 € Belgio 27.176,50 €	Italia 19.210 € Belgio 27.176,50 €	Italia 19.210 € Belgio 27.176,50 €
Totale WP	46.386,50 €	46.386,50 €	46.386,50 €



WP	7. PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA		
Destinatari	Media, Operatori in Italia		
Attività	<b>7.1 PROMOZIONE NEI PUNTI VENDITA</b>		
Descrizione dell'attività	Dovranno essere selezionati ed ingaggiati almeno 60 punti vendita del Normal Trade ogni anno fornendo a ciascuno di essi il kit promozionale, per dare immediata riconoscibilità al punto vendita quale "partner" del progetto, in occasione delle 2 settimane di promozione. In questi verrà distribuito il materiale informativo all'interno del punto vendita. Contemporaneamente l'iniziativa verrà ampliata grazie al coinvolgimento in parallelo della GDO nelle iniziative promozionali, in particolare rivolgendosi alle 4 principali catene in Italia (Conad, Selex, Coop, Esselunga) ogni anno con: 1 inserzione a volantino o houseorgan (7 mln copie distribuite), 1 inserzione sui siti internet online o sui volantini digitali (1 mln impressions), la realizzazione di attività promozionali instore attraverso l'affitto e brandizzazione degli spazi nei punti vendita grazie all'installazione di totem portavolantini, floor advertising o di gusci antitaccheggio customizzati per almeno 2 settimane.		
Calendario	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
Prodotti/servizi da fornire	840 giorni di promozione nei punti vendita NT Italia 1 inserzioni a volantino catene GDO Italia 1 inserzione online volantino o sito web GDO Italia 140 giorni di promozione GDO Italia	840 giorni di promozione nei punti vendita NT Italia 1 inserzioni a volantino catene GDO Italia 1 inserzione online volantino o sito web GDO Italia 140 giorni di promozione GDO Italia	840 giorni di promozione nei punti vendita NT Italia 1 inserzioni a volantino catene GDO Italia 1 inserzione online volantino o sito web GDO Italia 140 giorni di promozione GDO Italia
Totale WP	75.721,30 €	75.721,30 €	75.721,30 €

**INDICATORI DI REALIZZAZIONE E DI RISULTATO DEL PROGETTO:**

Si riporta la tabella indicatori di realizzazione e di risultato inseriti nella proposta progettuale. Tale tabella di indicatori deve essere di riferimento nella predisposizione dell'offerta tecnica che contenere indicazione dei KPI attesi, in quanto il Programma di promozione alla conclusione dei tre anni dovrà conseguire i risultati di seguito indicati.

Output and results indicators		
WP	Output indicators	Result indicators
Work package 2	60 servizi in onda non a pagamento 15 collaborazioni con influencers e bloggers 1 Influencer e blogger tour	20 mln contatti consumatori da PR Radio TV 300.000 impression  100.000 utenti social raggiunti
Work package 3	1 sito web trilingue aggiornato Animazione costante dei canali social in entrambi i paesi (FB, IG, YT) 1 piattaforma e-learning 10 episodi della serie podcast	40.000 visitatori del sito 1.500 nuovi follower IG in Italia 1.000 follower IG in Belgio 10.000 like in più alla pagina FB 30.000 positive reaction in Italia 15.000 positive reaction in Belgio 10.000 utenti iscritti alla piattaforma 75.000 ascoltatori del podcast 500.000 impression generate dal podcast
Work package 4	9 spazi su riviste Italia 6 spazi su riviste Belgio 1 campagna online continuativa Italia 1 campagna online continuativa Belgio 4 branded contents su portali online Italia	300.000 contatti operatori dall'adv print Italia 600.000 contatti consumatori dall'adv print Belgio 7,5 mln consumer raggiunti dall' online adv Italia 22,5 mln impression dall' online adv campaign Italia 7,5 mln consumer raggiunti dall' online adv Belgio 22,5 mln impression dall' online adv campaign Belgio 48.000 visualizzazioni dei contenuti su portali online Italia
Work package 5	Aggiornamento e declinazione identità visive 1 Shooting fotografico 3 Ricettario digitale 120.000 flyer 180 grembiuli per operatori 10.800 shoppers 3.000 gadgets per stampa e media 9 video promozionali Academy trilingue	100% materiali distribuiti       180.000 visualizzazioni dei video
Work package 6	1 stand Ecomondo Italia  18 Masterclass con ITS/ scuole alberghiere Italia 3 eventi PR Italia 3 eventi PR Belgio	5.000 operatori incontrati Ecomondo Italia 20 B2B meetings realizzati Ecomondo Italia 720 studenti coinvolti Italia  210 persone raggiunte eventi PR Italia 300 persone raggiunte eventi PR Belgio
Work package 7	2.520 giorni di promozione nei punti vendita NT Italia  3 inserzioni a volantino GDO Italia 3 adv banner online siti GDO Italia 420 gg promozione instore GDO Italia	126.000 consumatori raggiunti dalle promo NT Italia  21 mln consumatori raggiunti dalle promo GDO Italia 3 mln impressions dall'online adv GDO Italia 462.000 consumatori raggiunti dalle promo instore GDO Italia



#### 4 – PROCEDURA DI SCELTA DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE DEL PROGRAMMA

##### **REQUISITI PER LA PARTECIPAZIONE ALLA GARA**

Gli operatori economici possono partecipare alla presente gara in forma singola o associata, purché in possesso dei requisiti prescritti dai successivi articoli.

È vietato al concorrente che partecipa alla gara in forma associata di partecipare anche in forma individuale.

Nel caso di partecipazione associata, i successivi requisiti di cui all'art. 6.1 devono essere detenuti da tutti i partecipanti al momento della presentazione dell'offerta.

##### ***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 di imposte o contributi previdenziali;
- a insolvenza, conflitto di interessi o illeciti professionali.

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

##### ***Requisiti di capacità economica e finanziaria***

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

- aver realizzato nel triennio 2020-2021-2022 un **fatturato** non inferiore ad **euro 1.500.000**, (in lettere: un milione e mezzo di euro) al netto dell'IVA, risultante dalle dichiarazioni IVA o imposta equivalente in ambito UE;
- essere in possesso di **un'attestazione bancaria** che evidenzia l'esistenza in capo allo stesso, dei mezzi finanziari necessari e idonei per assumere l'esecuzione delle azioni previste dal presente bando di gara;
- allegare **copia dell'ultimo bilancio** approvato e/o dichiarazione IVA.

Il possesso dei requisiti sopra indicati dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato B) firmata dal legale rappresentante e dalla dichiarazione in originale rilasciata dall'istituto bancario (attestazione bancaria). In caso di raggruppamento temporaneo d'impresе, l'attestazione bancaria dovrà essere presentata da tutti i membri appartenenti al raggruppamento temporaneo di imprese.

##### ***Requisiti di capacità tecnica e professionale***

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

- aver realizzato, nel triennio 2020-2021-2022, servizi analoghi a quelli oggetto della gara per un importo non inferiore complessivamente ad euro 1.000.000,00 (in lettere: euro un milione/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
- esperienza in attività di comunicazione sul tema "sostenibilità"

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

#### **5 – COMMISSIONE GIUDICATRICE E CRITERI DI AGGIUDICAZIONE**

La Commissione giudicatrice è nominata dopo la scadenza del termine per la presentazione delle offerte ed è composta da un numero dispari di membri. L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta che presenta il **miglior rapporto qualità-prezzo**, secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta.

In presenza di una sola offerta valida, ASSICA ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto. Nel caso l'Associazione decida di affidare l'appalto, pur in presenza di una sola proposta presentata, tale proposta verrà comunque valutata in merito alla sua convenienza, idoneità e adeguatezza, secondo i criteri stabiliti.

In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica. In caso di parità di punteggio sia dell'offerta economica, sia dell'offerta tecnica, si procederà con una estrazione a sorte fra i predetti concorrenti.

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

<b>OFFERTA TECNICA</b>	<b>MASSIMO 80 PUNTI</b>
<b>OFFERTA ECONOMICA</b>	<b>MASSIMO 20 PUNTI</b>
<b>TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE</b>	<b>MASSIMO 100 PUNTI</b>



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

CRITERI	SOTTOCRITERI	PUNTEGGIO MASSIMO
<b>OFFERTA TECNICA</b>		
<b><u>1. STRATEGIA COMPLESSIVA E OUTPUT</u></b>  <b><u>30 punti</u></b>	a) Qualità dell'articolazione della proposta complessiva e coerenza con le attività specifiche previste dal Capitolato tecnico e dal Programma di riferimento	8
	b) Adeguatezza e conformità degli output proposti agli output previsti dal Capitolato tecnico	12
	c) Capacità di dare continuità alla campagna garantendo il raggiungimento degli obiettivi del progetto	10
<b><u>2. APPROCCIO METODOLOGICO</u></b>  <b><u>50 punti</u></b>	a) Esecuzione delle azioni: descrizione delle modalità operative utilizzate per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi del Programma	10
	b) Adeguatezza dei meccanismi di controllo per monitorare la corretta esecuzione economico-finanziaria del progetto	15
	c) Gruppo di lavoro e modalità operative: qualità della struttura organizzativa e delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro in termini di competenze possedute sulla base della qualità dei CV presentati	12
	d) Esperienza nella gestione tecnica e amministrativa di progetti finanziati dall'Unione Europea	10
	e) Servizi extra/attività aggiuntive di assistenza forniti all'Organizzazione proponente	3

Il Comitato di selezione valuterà ogni offerta assegnando, per ogni criterio/sottocriterio, un coefficiente di natura qualitativa, con un valore variabile tra zero e uno, attribuito discrezionalmente dai singoli commissari, secondo la seguente tabella:

**ASSICA****Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

www.assica.it

GIUDIZIO QUALITATIVO	COEFFICIENTI
non riscontrabile	0
valutazione insignificante	0,1
valutazione appena sufficiente	0,2
valutazione sufficiente	0,3
valutazione tra sufficiente/discreta	0,4
valutazione discreta	0,5
valutazione tra discreta/buona	0,6
valutazione buona	0,7
valutazione tra buona/ottima	0,8
valutazione ottima	0,9
valutazione eccellente	1

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

Il Comitato di selezione procederà successivamente ad **esaminare l'offerta economica** e ad attribuire i punteggi in base a quanto dichiarato, fino ad un massimo di 20 punti, secondo la tabella sotto riportata:

OFFERTA ECONOMICA		
<b>ANALISI ECONOMICA e</b>	a) Analisi adeguatezza della proposta economica in relazione alle tariffe di mercato e ai servizi offerti	8
<b>ONORARIO</b> <b><u>20 punti</u></b>	b) Valutazione della congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi	12

Il Comitato di selezione procederà alla valutazione degli elementi di natura economica con le seguenti modalità: il punteggio per il criterio "Analisi di adeguatezza della proposta economica in relazione alle tariffe di mercato e ai servizi offerti", ovvero il sottocriterio a), verrà assegnato secondo le stesse modalità riportate per la valutazione dell'offerta tecnica, utilizzando la tabella dei coefficienti qualitativi di cui sopra.

Per quanto riguarda l'offerta economica per l'**onorario dell'operatore economico partecipante**, riferita al sottocriterio b), il punteggio verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$\text{punteggio offerta economica per l'onorario dell'operatore considerato} = \frac{\text{Onorario \% minimo}}{\text{Onorario \% X}} \quad *12$$



dove:

Onorario % minimo: è la percentuale dell'onorario relativo all'offerta economica per l'onorario dell'operatore economico partecipante più bassa tra quelle presentate;

Onorario % X: è la percentuale dell'onorario 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. 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 risulti aver conseguito il punteggio complessivo** (punteggio offerta tecnica + punteggio offerta economica) più elevato.

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. 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.

I risultati saranno comunicati via PEC ai partecipanti e saranno pubblicati sul sito web di ASSICA.

## 6 - 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 via PEC**, attraverso 3 diversi messaggi di posta elettronica certificata, come sottoindicato, individuabili dalla descrizione riportata nel campo "Oggetto". Per l'invio della proposta si consiglia eventualmente di mettere a disposizione un link di Wetransfer o di servizio analogo, al quale poter accedere per scaricare la documentazione, assicurandosi che sia valido fino alla data di apertura delle buste. Il materiale verrà messo a disposizione, nel momento opportuno, del Comitato di valutazione che verrà nominato per svolgere le attività di selezione.

**PEC A/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;



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

- le dichiarazioni richieste secondo il modello di cui all'Allegato B, compilato e firmato dal legale rappresentante;
- documento di identità del Legale Rappresentante in corso di validità;
- dichiarazione rilasciata dall'Istituto bancario di possesso dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal presente bando di gara (idonee referenze bancarie);
- copia dell'ultimo bilancio approvato e/o dichiarazione IVA.

**PEC B/BUSTA B – proposta tecnica**, che dovrà contenere:

- presentazione dell'operatore economico partecipante alla Gara di Selezione;
- descrizione dettagliata delle attività utilizzando i riferimenti indicati al punto 8: MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – BUSTA B;
- descrizione approccio metodologico di esecuzione delle azioni e del monitoraggio;
- presentazione del gruppo di lavoro e descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle loro competenze, inclusi i CV.

**PEC C/BUSTA C – offerta economica**, che dovrà contenere:

- piano finanziario dettagliato per ogni attività/iniziativa con relativo onorario da fornire in formato PDF e in formato EXCEL;
- la tabella riassuntiva finale da fornire in formato PDF e in formato EXCEL

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 potrà essere redatta in lingua italiana o inglese e **dovrà essere presentata** a cura del partecipante alla gara, **entro e non oltre le ore 09:30 del 18/12/2023**. Non saranno ritenute valide offerte ricevute oltre tale termine. L'invio delle candidature rimane a esclusivo rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, non giunga a destinazione entro il suddetto termine perentorio.

Si richiede l'invio di **tre distinte trasmissioni via PEC** [3 messaggi di posta certificata (PEC)].

Le proposte dovranno essere inviate entro il termine suddetto a:

**ASSICA - Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

All'attenzione del Direttore: Davide Calderone

Indirizzo PEC: [assica@promopec.it](mailto:assica@promopec.it)

Solo per gli operatori aventi sede all'estero (e non dotati di PEC) sarà accettato l'invio all'indirizzo: [progetto1144@assica.it](mailto:progetto1144@assica.it)



**ASSICA**

**Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi**

aderente a Confindustria

[www.assica.it](http://www.assica.it)

Nell'oggetto dell'invio della candidatura, per ciascuna PEC, scrivere quanto segue:

**“NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE – PEC A DOCUMENTAZIONE AMMINISTRATIVA e il nome dell'operatore economico partecipante.**

**“NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE – PEC B PROPOSTA TECNICA e il nome dell'operatore economico partecipante.**

**“NON APRIRE: CONTIENE BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO DI ESECUZIONE – PEC C OFFERTA ECONOMICA e il nome dell'operatore economico partecipante.**

La **Commissione di valutazione**, organo che verrà creato appositamente dopo il termine di presentazione delle candidature, per la valutazione e selezione delle proposte pervenute, si riunirà in data **18/12/2023 alle ore 11:00** al fine di espletare le procedure di selezione.

L'apertura del contenuto delle Buste A - contenenti la documentazione amministrativa dei partecipanti alla Gara di selezione, al fine della loro ammissione alla gara stessa – verrà realizzata in sessione pubblica attraverso piattaforma telematica. A tale sessione potrà assistere il rappresentante legale di ognuna delle agenzie/operatori economici partecipanti, presentando un documento di riconoscimento o un suo incaricato munito di delega. Successivamente si procederà, in sessione privata, alla valutazione delle Proposte tecniche (Busta B) e delle Proposte economiche (Busta C). I lavori del Comitato di selezione saranno adeguatamente verbalizzati con indicazione delle motivazioni a sostegno delle valutazioni effettuate.

## **7 – COMUNICAZIONE DELL'ESITO DELLA GARA DI SELEZIONE**

Sarà data tempestiva comunicazione a tutti i partecipanti sull'esito della Gara di Selezione, a mezzo PEC con le relative motivazioni. I risultati verranno anche pubblicati sul sito [www.assica.it](http://www.assica.it), entro il 29/12/2023. Inoltre, si procederà con la pubblicazione tempestiva degli esiti sul portale TED, versione online del supplemento alla Gazzetta Ufficiale dell'Unione europea, dedicato agli appalti pubblici europei.

**Eventuali domande e/o richieste di chiarimenti** per la presentazione dell'offerta dovranno essere avanzate **ESCLUSIVAMENTE** per iscritto a mezzo PEC (inviare all'indirizzo [assica@promopec.it](mailto:assica@promopec.it) e, solo per gli operatori aventi sede all'estero e non dotati di PEC, sarà accettato l'invio all'indirizzo [progetto1144@assica.it](mailto:progetto1144@assica.it)) alla c.a. del Direttore Davide Calderone; le risposte saranno fornite esclusivamente per iscritto. Non saranno prese in considerazione eventuali richieste verbali o inoltrate con modalità diverse da quella indicata.

### **Indicazioni rispetto alle irregolarità della documentazione amministrativa – PEC A**

Le carenze di qualsiasi elemento formale della domanda possono essere sanate attraverso le richieste di integrazioni e/o documentazione da parte di ASSICA. 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.

## **8 – MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA**

### **MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA TECNICA – PEC/BUSTA B**

#### **a) Presentazione dell'operatore economico**

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una presentazione generale in termini di: esperienze maturate nel settore della promozione/informazione su prodotti agricoli di qualità o in settori analoghi e affini, esperienza nella realizzazione di eventi e attività promozionali, attività di PR e Ufficio Stampa, organizzazione di degustazioni, elaborazione materiale promozionale/informativo, gestione siti web e social media. In questo ambito potranno essere fornite informazioni sull'eventuale appartenenza a reti di organismi simili operanti nello stesso ambito, a livello europeo ed internazionale.

#### **b) Dettaglio delle attività**

L'operatore dovrà indicare per ogni attività prevista da progetto sopra descritta, le relative modalità di esecuzione. Per il periodo di attuazione del programma, è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna settore di attività. I concorrenti hanno facoltà di presentare in sede di offerta tecnica una proposta che preveda la realizzazione di un numero maggiore di output, a condizione che la conseguente offerta economica rientri obbligatoriamente entro i limiti determinati dal Capitolato tecnico. Si ricorda che le informazioni riportate per ogni singola attività/iniziativa verranno confrontate con i relativi costi riportati nella Offerta economica - Busta C, per valutarne l'economicità e congruità.

#### **c) Descrizione dell'approccio metodologico**

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una descrizione delle modalità di esecuzione delle azioni, per la prestazione dei servizi e relativa coerenza con le finalità e con gli obiettivi della campagna, la descrizione dei meccanismi di monitoraggio e la presentazione delle eventuali attività/servizi extra e di assistenza forniti.

#### **d) Presentazione del gruppo di lavoro**

L'operatore economico che parteciperà alla Gara di Selezione dovrà fornire una presentazione del gruppo di lavoro, con descrizione dettagliata delle figure professionali impiegate e delle loro competenze allegando i curriculum vitae.

### **MODALITÀ DI PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA ECONOMICA – BUSTA C**

Come indicato nella sezione "Modalità di presentazione delle proposte", la busta C dovrà contenere:



- piano finanziario dettagliato per ogni attività da fornire in formato PDF e in formato EXCEL
- tabella riassuntiva finale da fornire in formato PDF e in formato EXCEL

Il **Piano finanziario** formerà l'offerta economica, sulla base della quale verrà valutato il prezzo della proposta presentata e la sua adeguatezza rispetto ai servizi offerti e alle tariffe di mercato. Il **piano finanziario** dovrà indicare i costi relativi all'onorario dell'Organismo esecutore, questi dovranno essere dettagliati per ogni singola attività e presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa. Non è richiesto di dettagliare i costi vivi di ogni azione, vanno forniti solamente i valori relativi all'onorario dell'Organismo esecutore in termini di giornate/uomo.

Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume per anno i costi totali delle attività proposte per Paese e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia. Si riporta una tabella d'esempio:

ES. PUBBLICITÀ STAMPA	ANNO 1	ANNO 2	ANNO 3
<b>Pubblicità stampa ITALIA</b>			
Totale annuo attività	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Numero giornate previste	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale onorario agenzia	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
<b>Pubblicità stampa BELGIO</b>			
Totale annuo attività	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Onorario agenzia (costo unitario al giorno per un consulente senior o per un consulente junior)	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Numero giornate previste	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale onorario agenzia	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €
Totale annuo comprensivo di onorario	XXXXX €	XXXXX €	XXXXX €

Questa tabella formerà l'offerta economica e andrà inserita nella Busta C – Offerta economica.



**Il compenso dell'Organismo di esecuzione (onorario dell'operatore economico) non potrà essere superiore al 14% del costo totale riferito alle azioni (SUB-TOTALE GENERALE ATTIVITÀ) e contestualmente dovrà essere adeguato a garantire la piena realizzazione e la qualità delle iniziative del Programma.**

La **tabella riassuntiva** dovrà essere compilata secondo il seguente modello:

	<b>ANNO 1</b>	<b>ANNO 2</b>	<b>ANNO 3</b>	<b>TOTALE</b>
(A) Sub totale attività	€	€	€	€
(B) Totale onorario agenzia espresso in €	€	€	€	€
<b>Onorario agenzia in % = B/A * 100</b>	%	%	%	%

### **9 – ONERI A CARICO DELL'ORGANISMO DI ESECUZIONE**

Saranno a carico dell'Appaltatore/Organismo di esecuzione i seguenti compiti:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con l'Organismo proponente e nell'accettazione del contenuto del presente Capitolato.
2. Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che dell'Unione Europea, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto o alla sua esecuzione.
3. L'Organismo di esecuzione si assume l'intera responsabilità tecnica e finanziaria delle azioni del Programma, compresa quella relativa alla loro compatibilità con la vigente normativa italiana e belga e con le regole di concorrenza applicabili in materia. Il contraente assume se necessario personale per il controllo e la sorveglianza dell'esecuzione delle azioni previste dal Programma.
4. L'Organismo di esecuzione dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverables e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento per la relativa parte di azioni del Programma.

### **10 – CONFLITTI DI INTERESSE**

L'Organismo appaltante adotterà misure adeguate a 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.



### **11 - 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.

### **12 – 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 Milano nelle forme e nei modi previsti dalla legge.

### **13 – INADEMPIENZE E RISOLUZIONE**

L'Organismo appaltante ha la facoltà di controllare e verificare la buona esecuzione del servizio con ausilio di incaricati scelti a sua discrezione. Inoltre, 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. Una volta aggiudicato l'appalto, verrà redatto e firmato un contratto di servizi, all'interno del quale saranno previste disposizioni relative a clausole relative a inadempienze, contestazioni, sospensioni e risoluzioni.

### **14 – 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.

### **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"), 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 dall'art.13 della legge 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 del GDPR, cui si rinvia;
- f) soggetto attivo della raccolta è l'Organismo appaltante e il responsabile è il legale rappresentante.

**Titolare del trattamento dei dati è ASSICA, Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi** 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 di adeguamento al GDPR.

Per ogni ulteriore aspetto in merito, è possibile fare riferimento alla "Informativa sul trattamento dei dati personali al cliente" di **ASSICA - Associazione Industriali delle Carni e dei Salumi** e rivolgere le richieste presso Milanofiori Strada 4, Palazzo Q8 20089 Rozzano (MI) – ITALIA con lettera raccomandata, oppure via mail all'indirizzo e-mail: [assica@assica.it](mailto:assica@assica.it) oppure con richiesta telefonica al numero 02/8925901 fax 02/57510607.

## 16 - RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO

Responsabile unico del procedimento ai sensi dell'art. 31 del D. Lgs. 50/2016 è il Legale Rappresentante.