

| | |
|-----------------------------------|--|
| |    |
| Prot. n. 283 del 23.10.2020 | Via Telesina n.174 – 82032 Cerreto Sannita (BN) Tel. 0824.865865 – Fax 0824.865866 Mail: info@galtiterno.it – Pec: galtiterno@pec.it |

AVVISO ESPLORATIVO PER MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

mediante affidamento diretto, del servizio di realizzazione di una campagna di comunicazione che abbia la finalità di promuovere sul mercato regionale, in particolare quello delle aree metropolitane di Napoli, Caserta e Salerno, i prodotti e le eccellenze della filiera agro-alimentare sannita e nello specifico di quella vitivinicola e olivicola

Azione 4 intervento "Campagna Comunicazione DAQ Sannio"

(art.32, c.14 – art.36, c.2 – art.37, c.1 del D. Lgs n.50/2016 e ss.mm.ii.)

I. Premessa

Il Gal Titerno, nell'ambito delle attività legate a Sannio Falanghina 2019 Città Europea del Vino – Azione n.4 ed alle finalità del neo costituito Distretto Agroalimentare di Qualità: "DISTRETTO AGROALIMENTARE DI QUALITA' DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO Filiera Vitivinicola e Filiera Olivicola e Ortofrutta SOCIETA' CONSORTILE A R.L." ha programmato la realizzazione di un intervento coerente con la "PROGRAMMAZIONE AZIONI SANNIO MASTER + WINE" denominato "Campagna Comunicazione DAQ Sannio", al fine di promuovere sul mercato regionale le eccellenze della filiera agro-alimentare sannita del vino e dell'olio, attraverso la realizzazione di una forte campagna di comunicazione.

Il presente avviso persegue fini di economicità, efficienza, pubblicità, imparzialità, trasparenza delle fasi di affidamento del servizio.

L'intervento è finanziato con fondi della Regione Campania.

A tal fine, quindi, il Gal Titerno s.c. a r.l.,

RENDE NOTO

che intende avviare una procedura finalizzata all'individuazione di operatori economici ai quali conferire l'affidamento di servizi per la realizzazione di una campagna di comunicazione che abbia la finalità di promuovere sul mercato regionale, in particolare quello delle aree metropolitane di Napoli, Caserta e Salerno, i prodotti e le eccellenze della filiera agro-alimentare sannita e nello specifico di quella vitivinicola e olivicola.

Il presente Avviso, pubblicato nel sito istituzionale del Gal, non presuppone la formazione di una graduatoria di merito e l'attribuzione di punteggi; l'avviso, non impegnativo per il Gal, è finalizzato esclusivamente all'acquisizione di candidature per favorire la partecipazione e consultazione del maggior numero di operatori economici interessati e non è in alcun modo vincolante per il Gal.

Il Gal si riserva, in ogni caso ed in qualsiasi momento, il diritto di sospendere, interrompere, modificare o cessare la presente indagine conoscitiva, consentendo a richiesta degli interessati la restituzione della documentazione inoltrata, senza che ciò possa costituire diritto o pretesa di qualsivoglia natura, indennizzo o rimborso dei costi eventualmente sostenuti per la partecipazione alla presente indagine di mercato.

La presentazione delle candidature non comporta alcun diritto ad ottenere l'affidamento; l'Avviso costituisce esclusivamente indagine conoscitiva, del cui esito il Gal non ha l'obbligo di notifica,

rientrando nella discrezionalità del Gal valutare la sussistenza di elementi sufficienti che soddisfino le esigenze richieste.

La presentazione di manifestazioni di interesse ha il solo scopo di comunicare al Gal la disponibilità ad essere invitati a presentare offerta. L'eventuale affidamento del servizio avverrà sulla base delle specifiche esigenze del Gal che procederà alla contrattualizzazione dell'operatore economico, ai sensi delle vigenti disposizioni di legge in materia.

II. Oggetto dell'appalto

L'intervento prevede la realizzazione di una campagna promozionale, in ambito regionale ed in particolare delle aree metropolitane di Napoli, Caserta e Salerno dei prodotti pivot del Sannio relativi alle filiere vitivinicole ed olivicole, il cui obiettivo è quello di incentivare e sostenere la domanda consumer innanzitutto off-trade ed e-commerce oltre che on-trade. In particolare, per l'e-commerce si punterà anche ad integrare la campagna con l'utilizzo di una piattaforma digitale dedicata che consentirà un rapporto commerciale diretto (tramite acquisto o prenotazione) tra i produttori, precedentemente classificati, e l'utente – consumatore che "stimolato" dal messaggio potrà convertire l'interesse in una opzione di acquisto.

Per la realizzazione, prima di procedere alla definizione creativa della Campagna sarà opportuno propedeuticamente "ascoltare, registrare e classificare" le opinioni dei potenziali destinatari del messaggio e, di conseguenza, dei potenziali "consumer" del paniere "sannita". A tal proposito, sarà necessario verificare con una duplice azione le caratteristiche ed il trend della domanda di mercato. Un'azione da condurre, quindi, mediante la realizzazione di due distinte ricerche di mercato che sappiano far interagire il dato stimolato e indotto (con le domande poste da un intervistatore) con il dato "silenzioso" perché registrato senza alcuna induzione specifica. Nel primo caso, è previsto un sondaggio (con modalità CATI e CAMI) su una base campionaria di 1.000 persone. Nel secondo caso, invece, è prevista una ricognizione del conversato online allo scopo di comprendere:

- ❖ Gli assets valoriali attribuiti alle produzioni di filiera "made in Sannio";
- ❖ Gli elementi che lo distinguono positivamente (best attributes) e quelli che lo distinguono negativamente (worst attributes);
- ❖ Positività e negatività dei discorsi relativi ai singoli prodotti;

L'ascolto delle conversazioni online è infatti particolarmente ricco di insights, poiché analizza il ritorno spontaneo dell'utente. I risultati si concretizzeranno quindi in un report di analisi contenente:

Informazioni di carattere quantitativo:

- ❖ Volumi di conversazioni e trend
- ❖ Autori più influenti
- ❖ le Fonti dove avvengono le conversazioni

Informazioni di carattere qualitativo:

- ❖ Analisi del Sentiment
- ❖ Quadro competitivo

Esaurita e sistematizzata la fase propedeutica dovrà essere realizzata quella dedicata alla creatività di una Campagna di comunicazione e promo-pubblicitaria complessiva che abbia l'ambizione di valorizzare i prodotti di filiera, nella migliore coniugazione degli stessi con il Territorio Sannio e che non perda "appeal" comunicativo nelle diverse declinazioni dei mezzi a pianificare.

Oltre al progetto madre la Campagna dovrà essere coerentemente sviluppata con i seguenti mezzi:

- affissioni grandi formati (4x3, 6x3 multipli vari)
- annunci stampa cartacei (formati orizzontali e verticali)
- banner web (.png, .gif)
- kit social (visual per canali social)

- moduli tabellari e full screen per autobus
- contenuti semantici per spot radio, sms, campagne Ads

Tra le attività di implementazione successive alla definizione del progetto creativo e comunicativo è richiesta la pianificazione "chiavi in mano" di una campagna affissionale (il cui costo è comprensivo della realizzazione di teli e stampe cartacee) che vada a coprire le aree urbane di Napoli, Caserta, Salerno e delle relative province, scegliendo, ovviamente, i bacini in funzione di parametri socio-economici. In particolare, relativamente alla suddivisione tra Città capoluogo e relativi ambiti provinciali è consigliabile una ripartizione degli impianti che punti ad una ripartizione equanime.

Relativamente, invece, alle testate cartacee (con le rispettive edizioni online), salvo verificata la disponibilità degli spazi al momento delle richieste da parte dell'aggiudicatario del servizio, sarebbe preferibile verificare quelle che (dai dati Audipress e Audiweb sulla diffusione e gli accessi) garantiscono al messaggio un rapporto investimento/visibilità elevato. Ecco perché, prioritariamente, si segnalano tra le testate da pianificare, per il tramite delle rispettive concessionarie di raccolta pubblicitaria, le seguenti: Il Mattino, la Repubblica edizione Napoli, il Corriere dello Sport edizione Campania.

Oltre ai mezzi affissionali è prevista anche la pianificazione degli spazi (tabellari o meno) sugli automezzi del TPL che coprono quotidianamente le tratte urbane ed extraurbane da Napoli a Caserta e nelle aree limitrofe.

La Campagna di comunicazione prevede una promozione mediante il canale "broadcasting" con la scelta di pianificare anche (secondo i dati ufficiale di Tavolo Editori Radio) l'emittente regionale che giornalmente ha il maggior numero di contatti. Per la promozione della campagna (fatta salva la disponibilità della concessionaria) è preferibile quindi pianificare una campagna di radiocomunicati sulle emittenti Kiss Kiss Italia, Kiss Kiss Napoli e Radio Ibiza con un lancio di due settimane e con una pianificazione di almeno 10 passaggi giornalieri per singola emittente.

La parte di promozione per l'online direct – fatta eccezione per la quota destinata alle testate dell'informazione regionale – prevede la realizzazione di almeno due canali social dedicati, sulle piattaforme che sono maggiormente in target e che registrano il maggior numero di utenti (Facebook e Instagram) che sappiano integrare la gestione organica (con pubblicazione che seguono una linea editoriale concordata e un calendario di pubblicazione definito) con quella sponsorizzata. In particolare, è utile settare i diversi pubblici, monitorare le campagne sponsorizzate e reportare la committenza sulla capacità di conversione della campagna stessa. Quest'ultima, dipenderà, anche dai criteri di profilazione dei pubblici destinatari che dovranno essere "coperti" dal messaggio. Le attività di promozione social oltre al visual grafico potranno contare anche su un supporto video dedicato che dovrà essere sviluppato coerentemente con il progetto grafico complessivo. Le attività online si completano poi con due ulteriori azioni: una campagna di SMS profilati (almeno 10.000 invii) e una pianificazione di annunci Google Ads settando le chiavi e le intenzioni di ricerca degli utenti in relazione ai prodotti di filiera.

L'intervento dovrà essere completato con un'azione pilota di incoming specificamente finalizzato ad attrarre gastronomi presso i luoghi di produzione del vino e/o dell'olio del Territorio per esaltarne la conoscibilità e la visibilità.

L'evento si terrà per un numero di almeno cinque fine settimana a cavallo della vendemmia e della campagna olearia, con visite nelle cantine e nei frantoi.

In questi week end, le Aziende che avranno aderito alla Azione apriranno le porte ai visitatori dando la possibilità di conoscere la tecnica di lavorazione dei frutti ed assaggiare il prodotto.

Nel dettaglio la manifestazione si svolgerà in questo modo:

Le persone interessate, procederanno on web alla prenotazione ed all'acquisto dei biglietti, acquistando un coupon d'ingresso che darà diritto a visitare, per 2 giorni, aziende a scelta tra quelle partecipanti al circuito e ad uno sconto sull'acquisto del prodotto.

Nel giorno e orario scelto dovranno presentarsi in azienda e gli sarà garantita una visita guidata della struttura con degustazione dei prodotti e mini corso tecnico su come si assaggia il prodotto.

La prenotazione è obbligatoria e serve a limitare le entrate e gli assembramenti, soprattutto durante l'assaggio (bisognerà rispettare le normative anti COVID in vigore in quel periodo).

Tutto ciò sarà gestito da un operatore specializzato che provvederà a organizzare le visite, fornire materiale di consumo e tecnico, oltre che inserire il tour in un pacchetto turistico strutturato (accoglienza, logistica, soggiorno, ristorazione, visite guidate ai borghi etc..) per la migliore riuscita della manifestazione.

Per la realizzazione dell'intervento sono stati previsti i seguenti lotti:

| |
|---|
| A) Azioni propedeutiche di definizione del mercato |
| Ricerca demoscopica sul gradimento e sulla fiducia del consumatore per acquisti online prodotti agroalimentari |
| Sentiment analysis circa l'attenzione degli utenti social e web verso prodotti agroalimentari |
| Report di presentazione dei risultati |
| B) ideazione e progettazione di campagna a sostegno dei prodotti di filiera (olio e vino) |
| Progetto grafico e creatività |
| Impaginazione di declinazione della campagna per le singole piaificazione online e offline |
| Impaginazione digitale del Manuale della Campagna di Comunicazione |
| C) Pianificazione e acquisto media regionali |
| Pianificazione e acquisto di 40 spazi affissionali (4x3 mt, 6x3 mt o maxi affissione) su area Napoli e provincia |
| Pianificazione e acquisto di 25 spazi affissionali (4x3 mt, 6x3 mt o maxi affissione) su area Salerno e provincia |
| Pianificazione e acquisto di 25 spazi affissionali (4x3 mt, 6x3 mt o maxi affissione) su area Caserta e provincia |
| Pianificazione e acquisto di 5 uscite formato 1/2 pagina colore Il Mattino edizione cartacea e online Napoli |
| Pianificazione e acquisto di 5 uscite formato 1/2 pagina colore Repubblica Napoli edizione cartacea e online |
| piaificazione e acquisto di 5 uscite formato 1/2 pagina Corriere dello Sport Campania |
| pianificazione e acquisto di 20 retro autobus linee urbane Napoli e Caserta |
| D) Pianificazione e acquisto di spazi broadcasting |
| piaificazione e acquisto di 1 flight di 2 settimane di spot radiofonici Kiss Kiss Italia, Kiss Kiss Napoli, Radio Ibiza |
| E) Gestione, coordinamento e pianificazione di campagna organica e sponsorizzata sui canali sociali |
| Gestione di canali social Facebook e Instagram per la promozione dei prodotti di filiera |
| Pianificaazione di campagna di annunci sponsorizzati Facebook e Instagram pubblici profilati regionali |
| ideazine e realizzazione di 2 video dedicati alla promozione dei oprodotti di filiera |
| Gestione e pianificazione di campagna Google Ads per intercettare pubblici profilati |
| Pianificazione e acquisto di campagna SMS con invio di 10.000 messaggi profilati |
| F) Azione Pilota Incoming |
| Servizi di ideazione, organizzazione e gestione |
| Materiali(locandine, brochure,adesivi, social etc.), rilascio guida digitale delle Aziende aderenti all'iniziativa |
| Promozionali e gadgets campagna |
| Alllestimento Infopoint |
| Servizi di accompagnamento e degustazione |

L'importo dell'affidamento, suddiviso in lotti, è comunque complessivamente inferiore alla soglia di cui all'art. 36, II^ comma, lettera a) D.Lgs. 50/2016 e ss.mm.ii..

Gli operatori interessati potranno presentare la propria candidatura per uno o più lotti di fornitura anche per tutti.

III. Responsabile Unico del Procedimento

Luigi DI CROSTA quale dipendente con funzioni amministrative del Gal Titerno.

IV. Soggetti ammessi a presentare domanda di partecipazione

Sono ammessi a presentare Manifestazione di Interesse tutti i soggetti di cui all'art. 45 d.lgs. n. 50/2016 che dimostrino esperienza curriculare nell'ambito dei servizi richiesti.

L'esperienza curriculare dovrà essere supportata anche dalla descrizione dell'organizzazione da cui è possibile evincere la presenza di competenze specializzate nelle materie di cui innanzi con un approccio multidisciplinare.

A tal fine, viene chiesto ai candidati di presentare una relazione di massimo 5 cartella A4 (font 12), contenente la descrizione delle attività svolte e dell'esperienza maturata, nonché della struttura organizzativa interna.

I requisiti sopra citati devono essere posseduti alla data di scadenza del termine di presentazione delle domande di partecipazione.

I candidati, sotto la propria responsabilità, devono dichiarare nella domanda di partecipazione alla selezione, resa ai sensi del D.P.R. 445/2000, il possesso del requisito sopra indicato.

I soggetti interessati a partecipare:

- non devono trovarsi nelle situazioni previste dall'articolo 80, commi 1, 2, 4 e 5 del d.lgs. 50/2016
- devono possedere i requisiti di idoneità professionale di cui all'art. 83, comma 3 del d.lgs. 50/2016
- devono indicare requisiti di capacità economico finanziaria e tecnico professionale o certificazioni coerenti con la partecipazione alla procedura, attinenti l'oggetto dei servizi/forniture.

V. Descrizione della prestazione e tempi di realizzazione

Il servizio inerisce le attività descritte al precedente punto sub II;

i tempi di realizzazione costituiscono un elemento di criticità, poiché la campagna promozionale è tesa ad esplicitare i propri effetti soprattutto durante il prossimo periodo di feste natalizie, *pertanto i soggetti interessati dovranno indicare nell'allegato A i tempi massimi di realizzazione dell'intervento.*

VI. Criteri per l'individuazione della rosa di operatori e svolgimento della procedura

La rosa dei candidati da invitare a presentare offerta sarà approvata tenendo conto delle competenze, delle specializzazioni e delle capacità tecnico-professionali, attraverso un esame di quanto espresso nella dichiarazione presentata, e/o con altri criteri sempre nel rispetto dei principi di non discriminazione, parità di trattamento, proporzionalità e trasparenza.

All'esito della ricezione delle manifestazioni di interesse ed al verificarsi dello specifico fabbisogno, il Gal procederà all'attivazione della procedura di selezione del contraente ai sensi di legge.

VII. Modalità di partecipazione

Per partecipare alla selezione i candidati interessati devono far pervenire, a pena di esclusione, esclusivamente a mezzo di PEC, entro e non oltre il giorno **30 ottobre 2020** alle ore 13:00 (farà fede l'orario di invio da parte del candidato), la domanda redatta in conformità all'**Allegato A** del presente Avviso, resa ai sensi degli artt. 46, 47 e 76 del D.P.R. n. 445/2000 e ss.mm.ii., al seguente indirizzo di

posta elettronica: galtiterno@pec.it, indicando all'oggetto la seguente dicitura: **"Avviso Esplorativo per Manifestazione di Interesse "Campagna Comunicazione DAQ Sannio" – Invio candidatura"**.

L'istanza dovrà essere redatta in conformità all'Allegato A del presente Avviso e dovrà contenere:

- 1) la manifestazione di interesse sottoscritta dal candidato, ovvero dal legale rappresentante o da un suo procuratore;
- 2) dichiarazione sostitutiva, redatta secondo le modalità di cui al D.P.R. n. 445/2000 e ss.mm.ii., attestante il possesso dei requisiti di cui all'art. 80 del D. Lgs. N. 50/2016 e del requisito di capacità tecnica di cui al primo capoverso del paragrafo I che precede;
- 3) descrizione del profilo del candidato, delle attività svolte e dell'esperienza maturata, nonché della struttura organizzativa interna, riportate in una relazione di max 5 cartelle A4 (font 12) conforme alle indicazioni di cui al paragrafo IV che precede;
- 4) indicazione dell'indirizzo di posta elettronica certificata attraverso la quale saranno gestite le comunicazioni successive alla manifestazione di interesse

Tutte le dichiarazioni dovranno essere corredate dal documento di identità in corso di validità del dichiarante ovvero di suo rappresentante ai sensi di legge.

I candidati devono altresì indicare nella domanda il proprio indirizzo, ai fini della eventuale ricezione della documentazione di gara, con specificazione dei recapiti telefonici e degli indirizzi di posta elettronica, ordinaria e certificata ed eventualmente, se diverso dal legale rappresentante, del referente aziendale per la procedura.

L'istanza deve essere scansionata in formato PDF ai fini della trasmissione.

Non saranno ammesse le istanze incomplete, ovvero pervenute oltre il termine sopra indicato, ovvero non sottoscritte e/o non corredate da copia fotostatica di documento di identità in corso di validità del sottoscrittore.

Ai fini del riscontro di tempestività faranno fede esclusivamente gli accertamenti dell'Ente.

VIII. Trattamento dei dati personali e chiarimenti

Ai sensi e per gli effetti di cui al GDPR (Regolamento UE 2016/679) ed alla vigente normativa in materia del trattamento dei dati personali dei candidati essi saranno trattati, anche con strumenti informatici, per le finalità e le modalità previste dal presente procedimento e per lo svolgimento dell'eventuale successivo rapporto contrattuale.

Ad ogni modo, si informa che:

- a. Il trattamento dei dati personali dei candidati è finalizzato esclusivamente all'individuazione di un operatore economico per l'eventuale successivo affidamento del servizio;
- b. Il trattamento sarà effettuato dal personale degli uffici competenti nei limiti necessari a perseguire le sopra citate finalità, con modalità e strumenti idonei a garantire la sicurezza e la riservatezza dei dati;
- c. I dati potranno essere comunicati o portati a conoscenza dei Responsabili incaricati o di dipendenti coinvolti a vario titolo nel servizio da affidare;
- d. Dall'operatore economico interessato sono riconosciuti i diritti di legge.

IX. Pubblicazione avviso

Considerata l'urgenza con la quale dovrà essere realizzata l'iniziativa e trattandosi di affidamenti diretti è data pubblicità del presente avviso mediante pubblicazione **per giorni 8 (otto)**:

- sull'Albo del Gal Titerno;
- sul Sito web del Gal Titerno: www.galtiterno.it.

X. Ulteriori informazioni

La stazione appaltante si riserva la facoltà insindacabile di non procedere all'aggiudicazione definitiva, in tal caso i concorrenti non potranno vantare alcuna pretesa a riguardo.

Il Gal si riserva altresì di non dare seguito alla presente procedura, nonché la possibilità di annullare, modificare, sospendere o interrompere la medesima, qualunque sia il grado di avanzamento della stessa e a suo insindacabile giudizio, senza che i partecipanti possano avanzare pretese di qualsiasi genere e natura.

Si riserva inoltre di condizionarla ovvero subordinarla alla acquisizione dei titoli/autorizzazioni/procedimenti di finanziamento regionali.

XI. Richiesta chiarimenti:

Per informazioni sulla procedura potrà essere contattato il Rag. Luigi Di Crosta (0824.865865 – info@galtiterno.it).

IL RESPONSABILE
F.TO Luigi Di Crosta

| | |
|-------------------|---|
| |    |
| Allegato A | Via Telesina n.174 – 82032 Cerreto Sannita (BN) Tel. 0824.865865 – Fax 0824.865866 Mail: info@galtiterno.it – Pec: galtiterno@pec.it |

AVVISO ESPLORATIVO PER MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

per l'affidamento, mediante affidamento diretto, del servizio di realizzazione di una campagna di comunicazione che abbia la finalità di promuovere sul mercato regionale, in particolare quello delle aree metropolitane di Napoli, Caserta e Salerno, i prodotti e le eccellenze della filiera agro-alimentare sannita e nello specifico di quella vitivinicola e olivicola
Azione 4 intervento "Campagna Comunicazione DAQ Sannio"
 (art.32, c.14 – art.36, c.2 – art.37, c.1 del D. Lgs n.50/2016 e ss.mm.ii.)

Al Gal Titerno s.c. a r.l.

Via Telesina 174
82032 Cerreto Sannita (BN)

Il Sottoscritto

C.F. n°, nato a il.....

e residente a C.A.P..... ,

in Via/P.zza n° ...

tel fax

in qualità di dell'Impresa

con sede in, Via..... n°

C.F. n°, P.IVA.....

tel portatile..... fax,

e-mail.....

indirizzo pec

Forma giuridica..... ;

ai sensi degli articoli 46 e 47 del DPR 28 dicembre 2000 n. 445, consapevole delle sanzioni penali previste dall'art. 76 del medesimo DPR 445/2000, per le ipotesi di falsità in atti e dichiarazioni mendaci ivi indicate,

MANIFESTA

il proprio interesse ad essere invitato alla procedura per l'affidamento dei servizi dell'Avviso esplorativo in oggetto e contestualmente

DICHIARA

- Di aver visionato e preso atto di quanto trascritto nell'avviso esplorativo e di attenersi alle prescrizioni ed indicazioni in esso contenute;

- di essere in possesso dei requisiti di ordine generale previsti di cui all'art. 80 D.Lgs n. 50/2016 e ss.mm.ii.;
- di possedere le caratteristiche ed i requisiti di capacità tecnica richiesti dall'Avviso esplorativo;
- di avere la capacità tecnica e professionale per poter organizzare e realizzare tutto quanto richiesto nei tempi di gg., decorrenti dalla data di affidamento del/dei servizio/i, utili alla committenza e comunque rinunciando espressamente a porre condizioni di qualsiasi natura e di attenersi alle indicazioni ricevute dalla committenza.

Data _____

Firma leggibile

SI ALLEGA:

- COPIA FOTOSTATICA DI UN DOCUMENTO DI IDENTITÀ DEL DICHIARANTE (in corso di validità);
- Descrizione del profilo del candidato, delle attività svolte e dell'esperienza maturata, nonché della struttura organizzativa interna, riportate in una relazione di max 5 cartelle A4 (font 12) conforme alle indicazioni di cui al paragrafo IV che precede.
- Copia Visura Camerale in corso di validità.