

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO "**BALSAMIC VINEGAR OF MODENA, THE ORIGINAL Protected Geographical Indication from Europe.**"

Capitolato tecnico

1 - Informazioni preliminari

Il **Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena**, con sede legale in Via Ganaceto, 134 presso la CCIAA di Modena - 41121 Modena - Italia, e sede amministrativa in Viale Virgilio 55 - 41123 Modena - Italia, P.IVA 02163700368, tel. +39 059/208621-208622 - Fax +39 059/208623, email: direzione@consorziobalsamico.it, PEC consorziobalsamico@pec.it, di seguito denominato anche "Committente", indice un Bando di Gara per la selezione, mediante Procedura Competitiva Aperta, di un "Organismo di esecuzione".

1.1 - Quadro di riferimento

In attuazione dei Regolamenti UE n.1144/2014, n. 2015/1829 e n. 2015/1831 il Consorzio ha il compito di **selezionare un Organismo di Esecuzione per la realizzazione del progetto presentato sul Bando "Call for proposals for simple programmes 2016 – Promotion of agricultural products"**, denominato "**BALSAMIC VINEGAR OF MODENA, THE ORIGINAL Protected Geographical Indication from Europe.**" di seguito anche denominato il "Programma".

Il Consorzio, in qualità di organismo proponente del Programma di informazione e di promozione dell'Aceto Balsamico di Modena IGP sul mercato statunitense, indice un Bando di Selezione mediante Procedura Competitiva Aperta per la selezione di un "Organismo di esecuzione" incaricato della realizzazione del programma rivolto agli Stati Uniti.

1.2 – 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 Consiglio¹,

¹ GU L 317 del 4.11.2014, pag. 56.

- 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 terzi²,
- 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 terzi³

2 - Oggetto dell'appalto

2.1 - Descrizione generale del servizio

Il servizio consiste nell'esecuzione del Programma.

L'aggiudicatario dovrà quindi assicurare:

- lo sviluppo progettuale del programma di durata triennale a seguito della stipula del contratto;
- l'attivazione operativa del Piano di comunicazione per il periodo stabilito dal Programma, sulla base degli obiettivi previsti dalla strategia di comunicazione, anche attraverso il monitoraggio costante delle attività realizzate e dei relativi effetti.
- la gestione finanziario-amministrativa del Programma, comprensiva delle relazioni tecniche periodiche e della relazione tecnica finale.

Il servizio deve caratterizzarsi per un qualificato supporto tecnico e operativo, un'elevata qualità dei prodotti realizzati, e distinguersi per l'innovatività dei messaggi, degli strumenti con cui veicarli e delle modalità di coinvolgimento dei target di riferimento. Lo sviluppo e l'esecuzione del Programma deve svolgersi in maniera coerente rispetto agli obiettivi generali e specifici previsti dalla Strategia di comunicazione, tenendo in considerazione le Priorità e gli obiettivi del Reg. UE 1144/2104, assicurando una chiara riconoscibilità al Programma e ai relativi soggetti promotori.

2.2 - Modalità di esecuzione

L'aggiudicatario deve costituire e disporre per la durata del contratto di un Gruppo di lavoro, nel rispetto dei requisiti di partecipazione, che è incaricato di gestire e attuare il Programma. Tutte le attività del Gruppo di lavoro devono essere concordate e condivise con il committente. È previsto che uno dei componenti del Gruppo di lavoro sia disponibile per riunioni di monitoraggio trimestrali presso la sede del committente, 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 il

² GU L 266 del 13.10.2015, pag. 3.

³ GU L 266 del 13.10.2015, pag. 14.

committente può prevedere inoltre modalità differenti e articolate: riunioni, contatti telefonici, videochiamate, corrispondenza via email, scambio di materiali e documenti attraverso i sistemi di condivisione online.

2.3 – Personale addetto e Gruppo di lavoro

L'aggiudicatario deve assicurare le prestazioni inerenti i servizi in affidamento con personale integrato con legittimi rapporti di lavoro e avente i requisiti professionali e tecnici adeguati all'impiego. Il Gruppo di lavoro deve essere caratterizzato da un approccio organizzativo flessibile per rispondere alle esigenze che potranno determinarsi nel corso dello svolgimento delle attività. In particolare lo staff del gruppo di lavoro dedicato dovrà possedere un ventaglio di competenze in particolare in questi settori: project management, comunicazione, grafica, digital web e social management, eventi, ufficio stampa.

L'aggiudicatario si impegna:

- a. ad adibire al servizio personale idoneo, di provata capacità, onestà, moralità e di provata riservatezza il quale dovrà mantenere il più assoluto riserbo su quanto sia venuto a conoscere nell'espletamento del servizio;
- b. a 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;
- c. impegnarsi al rispetto, nei confronti del proprio personale, dei contratti di lavoro relativi al trattamento salariale, normativo, previdenziale ed assicurativo.

3. - Durata del servizio

Il servizio ha la **durata di trentasei mesi** decorrenti dalla data di stipula del contratto di appalto, che verrà stipulato tra il Committente e l'Aggiudicatario entro 30 giorni dall'aggiudicazione ed avrà per oggetto lo svolgimento delle attività indicate nel presente bando alle condizioni ivi riportate.

4 – Requisiti per la partecipazione alla gara

4.1. Inesistenza di cause di esclusione dalla partecipazione alla Gara

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

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

L'inesistenza di questi motivi dovrà essere attestata tramite la dichiarazione allegata (Allegato A) firmata dal Legale Rappresentate.

4.2. Requisiti di capacità economica e finanziaria

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve allegare una documentazione attestante la capacità economica e finanziaria, a scelta tra le due seguenti possibilità:

- Dichiarazione dell'Istituto Bancario di possesso da parte dell'Operatore Economico dei mezzi finanziari necessari per garantire l'esecuzione delle azioni previste dal Programma
- Bilanci degli ultimi 2 esercizi finanziari.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A) firmata dal Legale Rappresentate e dall'invio della documentazione necessaria.

4.3 Requisiti di capacità tecnica e professionale

L'operatore economico che intende partecipare alla presente gara di selezione, deve allegare i CV del personale impiegato nell'eventuale esecuzione del Programma, dai quali si evinca una comprovata esperienza negli ultimi 3/5 anni, nei settori analoghi a quelli oggetto della gara: progettazione, organizzazione eventi, comunicazione, promozione, internazionalizzazione, etc.

Il possesso di questi requisiti dovrà essere attestato tramite la dichiarazione allegata (Allegato A) firmata dal Legale Rappresentate e l'invio dei CV.

5- Criteri di aggiudicazione

L'appalto è aggiudicato in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo la ripartizione dei punteggi di seguito descritta.

Si terrà conto **congiuntamente degli aspetti qualitativi del servizio e del prezzo**, pertanto i 100 punti complessivi saranno valutati secondo il seguente ordine:

QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA: max punti 85

PREZZO max 15 punti

TOTALE PUNTEGGIO ATTRIBUIBILE: max punti 100

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione degli elementi di natura qualitativa sulla base degli elementi di valutazione indicati nella tabella sotto riportata:

| ELEMENTO DI VALUTAZIONE | CRITERIO MOTIVAZIONALE | MAX PUNTEGGIO |
|--|--|---------------|
| QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA <u>STRATEGIA COMPLESSIVA</u> Max 12 punti | Adeguatezza della pianificazione in termini di coerenza con gli obiettivi della Strategia di comunicazione e coerenza rispetto alle tempistiche della programmazione. | 7 |
| | Coerenza tra la strategia complessiva progettuale e le singole attività | 5 |
| QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA <u>PROPOSTE GRAFICHE</u> Max 28 punti | Creatività nell'ideazione di 3 proposte di visual della campagna e appeal del loro impatto visivo | 15 |
| | Efficacia delle proposte grafiche del visual della campagna adatte per garantire il raggiungimento degli obiettivi fissati nel Programma. | 5 |
| | Capacità nell' utilizzo di tecnologie avanzate applicate alla comunicazione | 5 |
| | Riproducibilità del materiale grafico proposto | 3 |
| QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA <u>APPROCCIO METODOLOGICO</u> Max 30 punti | Completezza delle caratteristiche degli output richiesti. | 10 |
| | Qualità delle caratteristiche professionali del gruppo di lavoro proposto in termini di competenze assolute sulla base della qualità dei CV presentati | 12 |
| | Efficacia del sistema di monitoraggio del Piano di comunicazione. Sono valutate l'accuratezza dell'impianto metodologico complessivo che si intende applicare all'attività di monitoraggio, la completezza delle modalità di reperimento, trattamento e condivisione dei dati. | 8 |
| QUALITA' DELL'OFFERTA TECNICA <u>SERVIZI EXTRA</u> Max 15 punti | Servizio di back-office attivo 5 giorni la settimana | 8 |
| | Servizio di magazzino e logistica per la spedizione del prodotto relativo agli eventi progettuali | 5 |
| | Altri servizi | 2 |

La Commissione giudicatrice procederà alla valutazione **degli elementi di natura economica** sulla base dei criteri di valutazione indicati nella seguente tabella:

| ELEMENTO DI VALUTAZIONE | CRITERIO MOTIVAZIONALE | MAX PUNTEGGIO |
|---|--|----------------------|
| OFFERTA ECONOMICA Max 15 punti | Valutazione della congruità dell'onorario, espresso in giornate/uomo, richiesto per la realizzazione di ogni azione, in base al costo di ogni azione e ai benefici attesi. | 15 |

In presenza di una sola offerta valida, il Committente ha facoltà di procedere o meno all'affidamento dell'appalto. In caso di parità di punteggio ottenuto, l'appalto verrà aggiudicato al concorrente che avrà riportato il maggior punteggio nell'offerta tecnica.

6. Modalità di presentazione

Gli organismi interessati a partecipare al Bando di Gara dovranno, a pena di esclusione, far pervenire **entro il 12 gennaio 2017 alle ore 18.00**, tutta la documentazione necessaria in un plico contenente 3 buste:

BUSTA A) Documentazione amministrativa:

- Allegato A compilato e firmato dal Legale Rappresentante
- Lettera dell'Istituto Bancario o Bilancio degli ultimi 2 esercizi finanziari
- Cv del personale impiegato

BUSTA B) Proposta tecnica:

- Descrizione dettagliata delle attività e proposte grafiche richieste

BUSTA C) Offerta economica:

- Tabella di dettaglio di costo dell'onorario

La documentazione dovrà essere redatta in doppia lingua (**italiana e inglese**), dovrà essere presentata in formato cartaceo e in formato elettronico – stampabile e copiabile – su CD o chiavetta USB, a cura del partecipante alla gara **entro e non oltre il 12 gennaio 2017 alle ore 18.00**.

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

Contestualmente all'invio del plico, le proposte dovranno essere anticipate, sempre **entro e non oltre il 12 gennaio 2017 alle ore 18.00**, via PEC all'indirizzo

consorziobalsamico@pec.it o, per gli operatori esteri, alla mail ordinaria direzione@consorziobalsamico.it.

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

Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena

Viale Virgilio 55 - 41123 Modena

All'attenzione del Direttore Federico Desimoni

Nell'oggetto della PEC e dell'email (o PEC) scrivere quanto segue:

BANDO DI SELEZIONE MEDIANTE PROCEDURA COMPETITIVA APERTA PER LA SELEZIONE DI UN ORGANISMO INCARICATO DELL'ESECUZIONE DEL PROGRAMMA DENOMINATO “*BALSAMIC VINEGAR OF MODENA, THE ORIGINAL Protected Geographical Indication from Europe.*”

6.1 Modalità di predisposizione della proposta tecnica (Busta B)

L'operatore economico che parteciperà alla gara di selezione, nella Busta B) Proposta tecnica, dovrà presentare un servizio articolato in **sette aree di attività**.

Per il periodo di attuazione è prevista la realizzazione di una serie di output minimi richiesti per ciascuna area di attività. I concorrenti hanno titolo a 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 dalla base d'asta.

6.1.1 Attività n.1: Definizione della strategia di comunicazione

Il servizio comprende l'elaborazione dei documenti necessari alla progettazione e alla pianificazione delle attività: il **Piano di comunicazione a valenza pluriennale** e i **Piani annuali delle attività di progetto**. In particolare, entro trenta giorni dalla sottoscrizione del contratto, il soggetto aggiudicatario deve presentare la prima versione del Piano di comunicazione pluriennale ed il primo Piano annuale delle attività di comunicazione per l'anno 2017; il committente avrà a sua volta 30 giorni a disposizione per il contraddittorio e l'approvazione.

La strategia dovrà definire: i target, gli obiettivi, il contesto e gli attuali gradi di conoscenza e riconoscibilità che si intendono variare e migliorare. Il risultato sarà l'elaborazione di un percorso strutturato sui 3 anni di progetto, caratterizzato da una copy strategy ben definita, che unisca attività online e offline, differenziate per i diversi target e i diversi obiettivi specifici, ma sinergiche al raggiungimento degli obiettivi comuni.

| | | |
|------------------|----------------------------------|--|
| Output richiesti | | |
| a | Piano di comunicazione 2017-2019 | prima versione: entro 30 giorni dalla sottoscrizione del contratto e relativi aggiornamenti (al termine di |

| | | |
|---|---|--|
| | | ogni annualità unitamente al Report annuale delle attività svolte); |
| b | Piano annuale delle attività di comunicazione | per l'annualità 2017, entro 30 giorni dalla sottoscrizione del contratto; per le annualità 2018 e 2019, entro il 30/11 dell'anno precedente. |

6.1.2 Attività n.2: Definizione dell'identità visiva della campagna

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

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

6.1.3 Attività n.3: Attività di ufficio stampa e pubbliche relazioni

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

| | | |
|------------------|---|--------------|
| Output richiesti | | |
| a | Database contatti giornalistici | 800 contatti |
| b | Comunicati stampa | 12/anno |
| c | Evento dedicato ai media | 1/anno |
| d | Cartella stampa | 1/anno |
| e | Uscite su testate/emittenti nazionali/regionali | 20/anno |

6.1.4 Attività n.4: Gestione campagna di comunicazione on line e off line

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

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

Si elencano a titolo esemplificativo e non esaustivo le tipologie di materiali che potranno essere realizzati: pubblicazioni a carattere tecnico e divulgativo; guide e report di attività; folder; riviste; cataloghi; brochure; pieghevoli; flyer; poster; manifesti; locandine; cartelline; bloc-notes; banner e banner roll-up; totem; espositori; pannelli; insegne; cartellonistica di grandi dimensioni; adesivi e prespaziati; gadget promozionali; sito web; account social.

Tutti i materiali devono essere realizzati e quantificati in accordo con il committente e sottoposti alla sua approvazione prima della loro realizzazione e diffusione.

| Output richiesti | | |
|------------------|--|--------|
| a | Campagne di digital marketing (compresi social media) | 2/anno |
| b | Azione posizionamento e ottimizzazione motori di ricerca | 1/anno |
| c | Engagement online dei target | 1 |
| d | Campagna Adwords | 1/anno |
| e | Gestione contenuti e documenti (strumenti web Piano Comunicazione) | 3 anni |
| f | Pubblicazione materiale dedicato ai target | 3 anni |
| g | Set di prodotti realizzati a supporto di eventi | 2 anni |

6.1.5 Attività n.5: Organizzazione eventi/attività

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

| Output richiesti | | |
|------------------|--|---|
| a | Eventi dedicati | 2 |
| b | Partecipazione a festival/fiere di settore | 8 |
| c | Eventi rivolti alla community dei food blogger | 3 |
| d | Eventi/attività rivolti alle scuole | 7 |
| e | Contest online e special events per foodies | 2 |
| f | Attività con i ristoratori | 3 |

6.1.6 Attività n.6: Monitoraggio e valutazione

L'aggiudicatario deve assicurare un costante monitoraggio delle attività e dei risultati conseguiti nell'attuazione del servizio e un'articolata attività di indagine sugli effetti del Programma. L'aggiudicatario, inoltre, deve predisporre e aggiornare un sistema

complessivo di monitoraggio che metta in relazione le azioni attivate con gli obiettivi della Strategia, definendo tutti i livelli di indicatori, adottando una metodologia che consideri *input*, *output*, *out-take*, *outcome* prodotti dal Piano di comunicazione.

| Output richiesti | | |
|------------------|--|-------------|
| a | Set di indicatori di monitoraggio delle attività del Piano di comunicazione | 1 |
| b | Relazione trimestrale sui dati di monitoraggio delle attività di comunicazione | 1/trimestre |
| c | Relazione annuale di monitoraggio delle attività di comunicazione | 1/anno |
| d | Relazione finale dati monitoraggio delle attività di comunicazione | 1 |
| e | Indagine intermedia risultati ed effetti del Programma (entro il secondo anno di attività) | 1 |
| f | Indagine conclusiva risultati ed effetti del Programma (entro il terzo anno di attività) | 1 |

6.1.7 Attività n.7: Gestione amministrativo finanziaria del progetto

L'aggiudicatario dovrà sovrintendere all'attività di monitoraggio amministrativo/finanziario del progetto, compresi la tenuta dei registri e documenti giustificativi, la trasmissione dei deliverable, e la predisposizione delle azioni e delle domande di pagamento.

| Output richiesti | | |
|------------------|---------------------------------------|--------|
| a | Relazioni tecniche periodiche | 1/anno |
| b | Richieste di SAL | varie |
| c | Relazione tecnica finale | 1 |
| d | Comunicazione con l'ente Ministeriale | varie |

6.2 Modalità di predisposizione dell'offerta economica (Busta C)

Per quanto riguarda i **costi relativi all'onorario dell'organismo esecutore**, questi dovranno essere presentati in forma di giornate/uomo in relazione ad ogni singola iniziativa, dettagliando la modalità e i dati necessari per quantificarli.

Si richiede quindi la predisposizione di una tabella che riassume per anno i costi totali delle attività proposte e il relativo costo dell'onorario dell'agenzia, indicando il numero di giornate previste e il costo giornaliero.

Si riporta una tabella **a titolo di esempio**:

| ES. UFFICIO STAMPA | ANNO 1 | ANNO 2 | ANNO 3 |
|---|---------------|---------------|---------------|
| Database contatti giornalisti | | | |
| Totale annuo attività | XXXXX € | XXXXX € | XXXXX € |
| Onerario 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 € |
| Comunicati stampa | | | |
| Totale annuo attività | XXXXX € | XXXXX € | XXXXX € |
| Onerario 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 € |

7. Oneri a carico dell'aggiudicatario

Sono a carico dell'aggiudicatario:

1. Svolgimento dei Servizi oggetto dell'appalto, in accordo e collaborazione con il Direttore dell'Esecuzione dell'Amministrazione del Committente, di seguito denominata anche "Amministrazione" e nell'accettazione integrale e incondizionata del contenuto del presente Capitolato;
2. Osservanza di ogni indicazione contenuta nel presente capitolato anche se non specificatamente richiamata nel presente articolo, di norme e regolamenti in vigore sia a livello nazionale che regionale, nonché quelle che venissero eventualmente emanate nel corso del periodo contrattuale (comprese le norme regolamentari e le ordinanze municipali), con particolare riguardo a quelle relative all'igiene ed alla sicurezza e comunque attinenti all'oggetto dell'appalto.

8. Modifiche del contratto - variazioni quantitative e qualitative dei servizi

L'Amministrazione, qualora sorgessero improvvise e particolari necessità, si riserva il diritto di apportare al contratto variazioni quantitative in più o in meno entro il limite del quinto dell'importo del contratto nel rispetto degli obblighi contrattuali. L'Amministrazione si riserva inoltre di risolvere, per ragioni non imputabili all'aggiudicatario, il contratto in tutto od in parte riconoscendo all'aggiudicatario una indennità a termini di legge sulla parte del contratto non eseguita. Qualora venissero richiesti interventi straordinari non contemplati nel presente capitolato, le condizioni relative saranno di volta in volta concordate fra l'Amministrazione appaltante e l'aggiudicatario.

9. Rapporti tra l'aggiudicatario e l'Amministrazione

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

10. Inadempienze

L'Amministrazione ha facoltà di contestare i servizi resi non rispondenti in tutto o in parte alle prescrizioni del capitolato o della offerta proposta in gara. In caso di contestazione, l'Amministrazione potrà richiedere al fornitore la sostituzione di personale inadeguato alla realizzazione dei servizi. In caso di ritardo o rifiuto, nonché in ogni altra ipotesi di inosservanza degli obblighi contrattuali assunti dall'operatore economico, l'Amministrazione conterà in forma scritta alla ditta aggiudicataria le inadempienze.

11. Decadenza e revoca dell'appalto

La ditta aggiudicataria potrà essere dichiarata decaduta dall'appalto nei seguenti casi:

1. per mancato assolvimento degli obblighi contrattuali o di legge, in materia di stipendi, liquidazioni o trattamenti previdenziali ed assicurativi a favore del personale della ditta aggiudicataria;
2. per manifesta inadempienza degli impegni assunti con il contratto di appalto;
3. per inosservanza delle linee progettuali presentate e delle eventuali indicazioni integrative in ordine alla qualità del servizio.

12. Risoluzione unilaterale del contratto

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

13. Spese contrattuali

Le spese di bollo, stipulazione, registrazione ed ogni altra spesa accessoria inerente il contratto di appalto, sono a carico per il 50% dell'operatore economico aggiudicatario e per il restante 50% all'Amministrazione.

14. 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 Modena.

15. Diritti di proprietà e di utilizzazione

I diritti di proprietà e/o di utilizzazione e sfruttamento economico degli elaborati, predisposti o realizzati dall'aggiudicatario o da suoi dipendenti e collaboratori nell'ambito o in occasione dell'esecuzione del presente servizio, rimarranno di titolarità esclusiva del Committente l'Amministrazione che potrà, quindi, disporre senza alcuna restrizione la pubblicazione, la diffusione, l'utilizzo, la duplicazione di dette opere dell'ingegno o materiale. Detti diritti, ai sensi della L. n. 633/41 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti concessi al suo esercizio" così come modificata ed integrata dalla L. 248/00, devono intendersi ceduti, acquisiti e licenziati in modo perpetuo, illimitato e irrevocabile. L'aggiudicatario si impegna a consegnare tutti i prodotti in formato aperto e modificabile e si obbliga espressamente a fornire all'Amministrazione al Committente appaltante tutta la documentazione e il materiale necessario all'effettivo sfruttamento dei diritti di titolarità esclusiva, nonché a sottoscrivere tutti i documenti necessari all'eventuale trascrizione di detti diritti a favore dell'Amministrazione del Committente in eventuali registri o elenchi pubblici. L'aggiudicatario si impegna a rispettare la vigente normativa in materia di raccolta e trattamento dei dati personali e di tutela delle banche dati.