



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

**PROCEDURA APERTA PER L'APPALTO DEL SERVIZIO DI IDEAZIONE E
REALIZZAZIONE DELLA CREATIVITÀ PER UNA CAMPAGNA DI
COMUNICAZIONE INTEGRATA SUL CONSUMO DEL LATTE FRESCO - CIG
624613165B.**

CAPITOLATO TECNICO

SOMMARIO

1. QUADRO DI RIFERIMENTO	Pag. 2
2. IL LATTE FRESCO E IL SETTORE LATTIERO-CASEARIO	Pag. 3
3. RIFERIMENTI ALLE DISPOSIZIONI LEGISLATIVE, AMMINISTRATIVE E DOCUMENTAZIONE DI APPROFONDIMENTO	Pag. 5
4. OGGETTO E DESCRIZIONE DEL SERVIZIO	Pag. 6
5. FINALITÀ DELLA CAMPAGNA E TARGET DI RIFERIMENTO	Pag. 8



Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

1. QUADRO DI RIFERIMENTO

Il 31 marzo 2015 è finito il regime europeo delle quote latte. Tale situazione mette in discussione la sopravvivenza del settore in italiano, in quanto nei prossimi anni la produzione lattiera in Europa potrebbe aumentare del 6% l'anno con il rischio di una vera invasione straniera in Italia, dove si importa già quasi il 40% dei prodotti lattiero caseari consumati.

Per affrontare la fine del regime delle quote latte il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali (di seguito anche "Mipaaf") ha messo a punto un Piano straordinario per il latte italiano, che prevede azioni strategiche per il comparto lattiero-caseario, con la duplice finalità di sostenere il settore e di favorire il consumo del latte fresco.

Il Piano straordinario poggia su due pilastri fondamentali: dare una risposta immediata agli oltre 35mila allevatori italiani nei mesi a ridosso della cessazione del regime delle quote latte e provvedere a un urgente riordino delle relazioni commerciali nella filiera.

Tra i principali interventi del Piano, vi è il Fondo Latte di Qualità, istituito con la Legge di stabilità 2015, finalizzato agli investimenti nel settore lattiero-caseario, attraverso il sostegno alla produzione, con una dotazione finanziaria di 108 milioni di euro nel triennio 2015-2017.

Gli obiettivi del Fondo sono: l'incremento della longevità; il miglioramento degli aspetti relativi al benessere animale; lo studio della resistenza genetica alle malattie; il rafforzamento della sicurezza alimentare; la riduzione dei trattamenti antibiotici.

Agli allevamenti e alle imprese che aderiscono al piano verrà concesso un contributo per gli investimenti secondo le regole del *de minimis*, quindi fino ad un massimo di 15.000 euro per le aziende agricole e fino ad un massimo di 200.000 euro per le aziende che, oltre alla produzione primaria, operano anche nella trasformazione e commercializzazione. I contributi sono destinati a coprire le garanzie concesse da ISMEA e/o parte della quota interessi per prestiti finalizzati al miglioramento della qualità del latte. Il mix tra le due componenti (garanzia o abbattimento interessi) è lasciato alla scelta di ciascun beneficiario.

Inoltre, attraverso il Piano, il Governo prevede di intervenire sui rapporti di filiera e interprofessione, introducendo un meccanismo di interprofessione in cui siano chiaramente regolati gli ambiti d'intervento e le modalità di partecipazione e funzionamento. Il Mipaaf si propone di procedere al riordino delle relazioni commerciali nel settore del latte, attraverso l'adeguamento della normativa interna a quella europea in materia di organizzazioni interprofessionali, rafforzando anche le ipotesi di estensione *erga omnes* delle regole.

Per garantire l'equilibrio nelle relazioni contrattuali, inoltre si prevede di rafforzare le azioni di contrasto alle pratiche di mercato sleali in collaborazione con l'Antitrust, attraverso norme più stringenti per l'attuazione dell'obbligo della forma scritta, con la previsione espressa di una durata



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

minima di un anno e la previsione di un monitoraggio dei costi di produzione. Il Mipaaf, infatti, provvederà a un monitoraggio periodico sull'andamento dei costi medi di produzione, dei prezzi dei prodotti pagati ai produttori agricoli e dei prezzi dei prodotti praticati al consumatore. Laddove si riscontrassero, anche nel settore del latte, delle pratiche sleali, verranno attivate le dovute segnalazioni all'Autorità garante per il mercato e la concorrenza. Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali quindi rafforzerà l'applicazione dell'art. 62 legge 27/2012, che prevede l'obbligo di pagamento a 30 giorni dei prodotti agroalimentari deperibili, in modo da poter tutelare gli allevatori, anello debole della filiera.

Infine, attraverso il Piano si vuole garantire sostegno all'export e tutela dalla contraffazione dei grandi formaggi DOP, dal momento che il 50% del latte italiano si trasforma in grandi formaggi DOP. Questi prodotti saranno centrali nel Piano di internazionalizzazione del Made in Italy che il Ministero dello sviluppo economico e il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali stanno portando avanti per la prima volta insieme. L'obiettivo è la promozione dell'origine e la riconoscibilità dei formaggi di qualità italiani, così come è prevista una forte azione di contrasto alla contraffazione anche a livello internazionale. In Europa l'Italia ha saputo attuare meglio di altri la protezione "ex officio" che consente di proteggere i prodotti a denominazione e indicazione geografica protette, facendo togliere dal mercato, anche internet, *cheese kit*, falso parmigiano e grana e tante altre imitazioni.

In tale ambito, per invertire la tendenza che vede nel nostro Paese un calo di consumi di latte e formaggi, questa Amministrazione intende realizzare una campagna di comunicazione istituzionale sul consumo di latte fresco, per favorire la conoscenza delle qualità nutrizionali del prodotto e promuoverne i consumi, attraverso una serie di azioni di comunicazione integrata di tipo crossmediale di seguito specificate.

2. IL LATTE FRESCO E IL SETTORE LATTIERO-CASEARIO

Il latte fresco è un alimento fondamentale per l'organismo in crescita e per l'adulto, è ricco di proteine di elevato valore biologico e caratterizzato da una buona digeribilità dovuta anche da una moderata quantità di grassi.

Infatti apporta:

- proteine che contengono in quantità elevata tutti gli amminoacidi essenziali;
- grassi, importanti per fornire energia ed acidi grassi essenziali;



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

- carboidrati, come il lattosio, che migliora la capacità dell'organismo di assorbire il calcio e lo zinco, e gli oligosaccaridi, che agiscono positivamente sulla salute, stimolando la crescita di batteri probiotici.

Il latte è un alimento importante anche soprattutto per il contenuto di minerali, in particolare calcio e fosforo, presenti in un rapporto ottimale, di magnesio, zinco, rame e selenio, e di vitamine come la A, D, E e K, la vitamina C, l'acido folico e la riboflavina. Inoltre, come dimostrato recentemente, il latte è ricco di "componenti minori", molecole presenti in piccole quantità, come i peptidi ma in grado di svolgere azioni biologiche particolarmente importanti per il benessere della persona: antiossidanti, antipertensive, antinfiammatorie, immunomodulanti e altro. Poiché svolgono "funzioni" fisiologiche benefiche per l'uomo queste molecole sono chiamate "componenti funzionali" del latte.

Il latte ha un apporto energetico compreso fra le 36 kcal/100 g (151 kj) del tipo scremato e le 64 kcal/100 g (268 kj) di quello intero. Il latte è ricco di acqua ma anche di numerosissimi nutrienti (vitamine, minerali, oltre alle proteine, zuccheri e grassi). Queste caratteristiche permettono di definire il latte un alimento a bassa "densità energetica" e con elevata "densità nutrizionale". In altre parole esso fornisce un elevato numero di nutrienti e relativamente poche chilocalorie per 100 grammi. Evidenze scientifiche dimostrano che alimenti con bassa densità energetica giocano un ruolo importante nelle diete ipocaloriche e nelle diete di mantenimento del bilancio energetico, fornendo adeguate quantità di nutrienti con energia minore.

Il latte è un alimento ricco di proteine e di amminoacidi essenziali per una corretta crescita del bambino e per molti processi di importanza fondamentale anche in un organismo adulto, quali la sintesi dei tessuti muscolari, la coagulazione del sangue e il rimodellamento osseo. Per questi motivi, il suo consumo non dovrebbe essere limitato solo al periodo della crescita, ma dovrebbe continuare nell'età adulta e avanzata, per assicurare, oltre a sali minerali e vitamine, un apporto proteico facilmente assimilabile.

Con un contenuto che va dal 3,2% al 3,6% le proteine sono tra i nutrienti più importanti del latte. Si tratta per l'80% di caseina e per il restante 20% da proteine del siero (soprattutto beta-lattoglobulina e alfa-lattalbumina). Le proteine del latte contengono tutti gli amminoacidi essenziali, ossia quelli che il nostro organismo non è in grado di sintetizzare e che vanno quindi assunti con l'alimentazione. Questi amminoacidi, presenti nel latte in quantità ottimale e in forma particolarmente biodisponibile, sono alla base dell'elevato valore biologico delle proteine del latte.

Il latte vaccino contiene mediamente il 3,5% di grassi, costituiti prevalentemente da trigliceridi (96-98%) e da una piccola frazione di fosfolipidi (1%).



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

I carboidrati costituiscono uno dei componenti più importanti del latte, dove sono presenti in misura variabile da 7 a 10 g ogni 100 ml. Lo zucchero specifico del latte, non presente in nessun altro alimento, è il lattosio, presente in una concentrazione media del 5%. Il lattosio riveste una notevole importanza dal punto di vista nutrizionale perché migliora la capacità dell'organismo di assorbire il calcio e lo zinco, due minerali presenti in quantità tali da rendere il consumo di latte di estrema importanza per soddisfarne il fabbisogno giornaliero. Inoltre il latte fornisce oltre il 65% del calcio che assumiamo con l'alimentazione e per questo rappresenta la miglior fonte alimentare di calcio, che contrasta l'insorgenza di malattie ossee come l'osteoporosi e assicura un corretto apporto per lo sviluppo dei denti. Infine, nel latte le vitamine presenti in maggiore quantità sono la vitamina A, D, E e K tra le vitamine liposolubili, e la vitamina C, acido folico e riboflavina tra le idrosolubili (fonte dati: AssoLatte).

Il comparto lattiero-caseario italiano ha un'importanza strategica per l'agroalimentare italiano se si considera che esso incide per il 9% sulla produzione ai prezzi di base dell'agricoltura, silvicoltura e pesca e per il 13% sul fatturato dell'industria alimentare. Il settore lattiero-caseario italiano è composto da circa 35.000 allevamenti e 2.000 imprese di trasformazione che producono circa 12,5 milioni di tonnellate di prodotti di latte vaccino, fra formaggi, yogurt e latte (fresco e UHT), per un valore di circa 5 miliardi di euro. Il fatturato dell'industria di trasformazione è di circa 15 miliardi di euro, pari a circa l'11% del fatturato dell'industria alimentare italiana.

Ciononostante, il mercato lattiero-caseario mantiene in Italia un andamento negativo. Lo rileva l'Ismea nel rapporto di analisi "Tendenze Lattiero-caseari" del terzo trimestre 2014, segnalando in generale una caduta dei prezzi del 3,7% rispetto ai tre mesi precedenti e dello 0,7% su base annua. La dinamica negativa ha coinvolto diverse produzioni: dai formaggi duri (-3,8% su base trimestrale) al burro (-5,2%) al latte crudo alla stalla (-4,3%).

3. RIFERIMENTI ALLE DISPOSIZIONI NORMATIVE E DOCUMENTAZIONE DI APPROFONDIMENTO

- Comunicato stampa Mipaaf del 16/12/2014: "Latte, Mipaaf: Fondo latte di qualità, 110 milioni di euro nel triennio 2015-2017" e numeri del settore lattiero-caseario in Italia <https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/8205>
- Legge 23 dicembre 2014, n. 190 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2015)" pubblicata sulla GU Serie Generale n.300 del 29-12-2014 - Suppl. Ordinario n. 99 <http://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2014/12/29/14G00203/sg>



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

- Comunicato stampa Mipaaf del 31/03/2015: “Fine quote: piano del Ministero per sostenere e valorizzare il latte italiano di qualità”
<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/8519>
- Comunicato stampa Mipaaf del 29/04/2015: “Cdm: approvato decreto per l'agricoltura. Interventi su latte, olio, Xylella e piogge alluvionali”
<https://www.politicheagricole.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/8608>
- Linee guida per una sana alimentazione (CRA-NUT) e tabelle di composizione degli alimenti:
http://sapermangiare.mobi/linee_guida.html;
http://sapermangiare.mobi/tabelle_alimenti.html
- Dati e studi sul settore lattiero-caseario (Ismea):
<http://www.ismea.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/164>

4. OGGETTO E DESCRIZIONE DEL SERVIZIO

Coerentemente alle finalità di intervento sopra esposte relative al Piano straordinario per il latte italiano, questa Amministrazione intende realizzare una campagna di comunicazione istituzionale integrata con finalità di educazione alimentare e promozione del consumo di latte fresco.

La campagna di comunicazione integrata, di tipo crossmediale, è articolata in due fasi, distinte e collegate tra loro, così descritte:

- fase di ideazione e produzione di materiali pubblicitari, il cui servizio si intende affidare ad un'agenzia di comunicazione con la presente procedura di gara;
- fase di diffusione di tali materiali pubblicitari sul territorio italiano, nel rispetto delle quote previste dall'art. 41 del decreto legislativo n. 177 del 31 luglio 2005, sui seguenti canali di comunicazione:
 - stampa quotidiana e periodica nazionale;
 - radio nazionali equiparate alla stampa, ai sensi dell'art. 10 comma 1 della Legge n. 250/1990;
 - internet e social media;
 - reti dell'emittenza pubblica, ai sensi dell'art. 3 della Legge n. 150/2000.

Si precisa che, per la fase di diffusione di tali materiali pubblicitari (*media planning* e acquisto inserzioni e spazi pubblicitari), l'Amministrazione procederà autonomamente, attraverso la



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

contrattualizzazione delle società concessionarie degli spazi individuati dal Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Per quanto sopra esposto, il servizio posto a gara riguarda l'ideazione e la produzione dei seguenti materiali pubblicitari coordinati:

- uno spot video della durata di 30 secondi, per il quale si dovrà prevedere:
 - la produzione di n. 5 BETACAM IMX formato 16:9 e l'invio di tale supporto alle emittenti televisive successivamente individuate dal Mipaaf e comunicate all'aggiudicatario;
 - la produzione e la consegna al Mipaaf di un file in formato .mp4 e di uno in formato .mov;
- uno spot radio della durata di 15 secondi, per il quale si dovrà prevedere:
 - la produzione di n. 10 DVD che contengano il radio comunicato in formato .mp3 e l'invio di tali supporti alle emittenti radiofoniche successivamente individuate dal Mipaaf e comunicate all'aggiudicatario;
 - la produzione e la consegna al Mipaaf di un file in formato .mp3;
- un annuncio stampa per il quale si dovrà prevedere sia uno sviluppo grafico verticale (adatto per inserzioni a pagina intera) sia uno sviluppo grafico orizzontale (adatto per inserzioni a mezza pagina). Per ciascuno degli sviluppi grafici richiesti si dovrà prevedere la declinazione in un massimo di n. 20 formati in base alle specifiche tecniche delle testate giornalistiche, successivamente individuate dal Mipaaf e comunicate all'aggiudicatario, e l'invio o il caricamento degli esecutivi a tali testate, nonché al Mipaaf stesso;
- un banner statico per il quale si dovrà prevedere la declinazione in un massimo di n. 10 formati in base alle specifiche tecniche delle inserzioni web acquistate, successivamente individuate dal Mipaaf e comunicate all'aggiudicatario, e l'invio degli esecutivi ai gestori di tali siti, nonché al Mipaaf stesso.

Nel caso in cui lo sviluppo delle attività oggetto del presente bando rendesse necessario l'utilizzo di foto, immagini, illustrazioni, video, brani musicali, tracce audio e/o materiali affini, questi dovranno essere originali e liberi da diritti da parte di terzi.

L'aggiudicatario dovrà quindi garantire il libero utilizzo dei materiali senza limiti temporali e territoriali. L'aggiudicatario dovrà inoltre fornire tutte le idonee licenze d'uso esclusive, la



Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

documentazione relativa all'estensione dei diritti, eventuali credits, liberatorie nel caso di materiale in cui siano presenti beni e/o persone e ogni altra documentazione richiesta dalla legge in materia.

Resta salva in ogni caso l'assenza di qualunque responsabilità del Ministero in merito al pregiudizio recato a diritti di terzi da qualsivoglia natura.

Il Ministero avrà il diritto d'uso esclusivo e senza condizione di tutti gli elaborati prodotti durante il periodo contrattuale e rientranti nell'ambito dei servizi oggetto di gara.

Il Ministero, in qualità di titolare di ogni diritto di proprietà anche intellettuale dei predetti elaborati, avrà quindi libera e completa disponibilità del materiale prodotto.

Si precisa che, a conclusione del contratto, l'aggiudicatario si impegnerà a fornire, in via esclusiva, al Ministero l'intero archivio delle produzioni realizzate (foto, immagini, audio, video, copy ecc.) su supporto digitale, completo di file sorgenti relativi alla proposta creativa approvata, file di progetto aperti e file definitivi non modificabili. Tale materiale dovrà essere accompagnato dalla rispettiva liberatoria sull'utilizzo esclusivo del Mipaaf.

5. FINALITÀ DELLA CAMPAGNA E TARGET DI RIFERIMENTO

La campagna di comunicazione è indirizzata ad un pubblico ampio di consumatori e in particolare ai decisori di acquisto nelle famiglie con bambini in età pediatrica, che rappresentano un target importante cui riservare una specifica attenzione.

La campagna pubblicitaria avrà i seguenti obiettivi:

- sensibilizzare il pubblico ampio dei consumatori italiani sull'importanza di consumare latte fresco;
- valorizzare e diffondere la conoscenza delle proprietà organolettiche del latte fresco al fine di favorirne un incremento di consumo;
- promuovere un'azione di educazione alimentare rivolta in particolare alle famiglie con bambini in età pediatrica sulla conoscenza delle qualità nutrizionali del prodotto.

Il messaggio di comunicazione dovrà quindi comunicare il benessere di un'alimentazione varia che include anche il consumo di latte fresco.

I colori principali che dovranno caratterizzare i materiali pubblicitari sopra indicati dovranno essere il bianco e l'azzurro, colori che sono associati, nell'immaginario comune, al prodotto latte fresco, connotando concetti quali purezza, salubrità e freschezza, e che sono solitamente impiegati nel confezionamento di tale prodotto.



*Ministero delle politiche agricole
alimentari e forestali*

DIPARTIMENTO DELLE POLITICHE COMPETITIVE, DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE, IPPICHE E DELLA PESCA
DIREZIONE GENERALE PER LA PROMOZIONE DELLA QUALITÀ
AGROALIMENTARE E DELL'IPPICA
PQAI V

Attraverso la campagna si dovrà altresì sensibilizzare il consumatore alla lettura dell'etichetta e in particolare alla parte relativa alla provenienza del latte o alla zona di mungitura che indica l'origine di provenienza del prodotto.