

ΤΕΥΧΟΣ ΔΙΑΚΗΡΥΞΗΣ

Αντικείμενο Διαγωνισμού
Παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: Προώθηση της Φέτας ΠΟΠ «Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά
79416000-3 Υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων, 72413000-8 Υπηρεσίες σχεδιασμού τοποθεσιών Παγκόσμιου Ιστού (WWW), 64216000-3 Υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων και πληροφοριών, 79340000-9 Υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ, 22120000-7 Δημοσιεύσεις, 39294100-0 Προϊόντα πληροφόρησης και προβολής, 92111220-0 Παραγωγή διαφημιστικών βιντεοταινιών, 79950000-8 Υπηρεσίες διοργάνωσης εκθέσεων και συνεδρίων

Αναθέτουσα Αρχή	Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός – «ΔΗΜΗΤΡΑ»
Προϋπολογισμός	3.954.665,04 €
Διαδικασία Ανάθεσης	Ανοικτή διαδικασία (άρθρο 27 ν. 4412/2016)
Κριτήριο Ανάθεσης	Πλέον συμφέρουσα από οικονομικής άποψης προσφορά με κριτήριο τη βέλτιστη σχέση ποιότητας - τιμής
Ημερομηνία Διενέργειας	22-12-2017
Πρωτόκολλο διαγωνισμού	52037/28-11-2017

Για τον Οργανισμό

Αθανάσιος Βλάχος

Δρ. Γεώργιος Καρέτσος

Διευθύνων Σύμβουλος

Πρόεδρος Δ.Σ.

Περιεχόμενα

1.1	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΑΘΕΤΟΥΣΑΣ ΑΡΧΗΣ	4
1.2	ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ - ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	5
1.3	ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ.....	5
1.4	ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	7
1.5	ΠΡΟΘΕΣΜΙΑ ΠΑΡΑΛΑΒΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	10
1.6	ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ	10
1.7	ΑΡΧΕΣ ΕΦΑΡΜΟΖΟΜΕΝΕΣ ΣΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΥΝΑΨΗΣ.....	11
2.1	ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	12
2.1.1	Έγγραφα της σύμβασης.....	12
2.1.2	Επικοινωνία - Πρόσβαση στα έγγραφα της Σύμβασης.....	12
2.1.3	Παροχή Διευκρινίσεων	12
2.1.4	Γλώσσα.....	12
2.1.5	Εγγυήσεις.....	13
2.2	ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ - ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ	14
2.2.1	Δικαιούμενοι συμμετοχής.....	14
2.2.2	Εγγύηση συμμετοχής	14
2.2.3	Λόγοι αποκλεισμού.....	14
2.2.4	Καταλληλότητα άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας	17
2.2.5	Οικονομική και χρηματοοικονομική επάρκεια	17
2.2.6	Τεχνική και επαγγελματική ικανότητα.....	17
2.2.7	Στήριξη στην ικανότητα τρίτων.....	19
2.2.8	Κανόνες απόδειξης ποιοτικής επιλογής.....	19
2.2.8.1	Προκαταρκτική απόδειξη κατά την υποβολή προσφορών	19
2.2.8.2	Αποδεικτικά μέσα.....	19
2.3	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΝΑΘΕΣΗΣ	23
2.3.1	Κριτήριο ανάθεσης	23
2.3.2	Βαθμολόγηση και κατάταξη προσφορών.....	24
2.4	ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ - ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ	24
2.4.1	Γενικοί όροι υποβολής προσφορών	24
2.4.2	Χρόνος και Τρόπος υποβολής προσφορών	24
2.4.3	Περιεχόμενα Φακέλου «Δικαιολογητικά Συμμετοχής - Τεχνική Προσφορά»	26
2.4.4	Περιεχόμενα Φακέλου «Οικονομική Προσφορά» / Τρόπος σύνταξης και υποβολής οικονομικών προσφορών.....	28
2.4.5	Χρόνος ισχύος των προσφορών.....	29
2.4.6	Λόγοι απόρριψης προσφορών.....	29
3.1	ΑΠΟΣΦΡΑΓΙΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ	30
3.1.1	Ηλεκτρονική αποσφράγιση προσφορών.....	30
3.1.2	Αξιολόγηση προσφορών.....	30
3.2	ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΩΝ ΠΡΟΣΩΡΙΝΟΥ ΑΝΑΔΟΧΟΥ - ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΠΡΟΣΩΡΙΝΟΥ ΑΝΑΔΟΧΟΥ	31
3.3	ΚΑΤΑΚΥΡΩΣΗ - ΣΥΝΑΨΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	32
3.4	ΠΡΟΔΙΚΑΣΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΥΓΕΣ - ΠΡΟΣΩΡΙΝΗ ΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ.....	32
3.5	ΜΑΤΑΙΩΣΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ	33
4.1	ΕΓΓΥΗΣΕΙΣ (ΚΑΛΗΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ, ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗΣ)	34
4.2	ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ – ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΑ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ	34
4.3	ΌΡΟΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ.....	34
4.4	ΥΠΕΡΓΟΛΑΒΙΑ	35
4.5	ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ	35
4.6	ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΜΟΝΟΜΕΡΟΥΣ ΛΥΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	35
5.1	ΤΡΟΠΟΣ ΠΛΗΡΩΜΗΣ	36
5.2	ΚΗΡΥΞΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΦΟΡΕΑ ΕΚΠΤΩΤΟΥ - ΚΥΡΩΣΕΙΣ	37
5.3	ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΥΓΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ	38
6.1	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	39
6.2	ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	39
6.3	ΠΑΡΑΛΑΒΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	39
6.4	ΑΠΟΡΡΙΨΗ ΠΑΡΑΔΟΤΕΩΝ – ΑΝΤΙΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	40
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	41

ΜΕΡΟΣ Α: ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ – ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	41
ΜΕΡΟΣ Β ΤΜΗΜΑΤΑ ΥΠΟΒΛΗΘΕΙΣΑΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ, ΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ	61
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	113
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ – ΕΕΕΣ.....	115
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙV – ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗΣ	145
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V – ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΟΣ.....	148
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VI – ΥΠΟΔΕΙΓΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ.....	149
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VII – ΥΠΟΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΓΓΥΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΟΛΩΝ	150
Α. ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	150
Β. ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΚΑΛΗΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ.....	151
Γ. ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗΣ	152
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VIII – ΣΧΕΔΙΟ ΣΥΜΒΑΣΗΣ	153

1. ΑΝΑΘΕΤΟΥΣΑ ΑΡΧΗ ΚΑΙ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

1.1 Στοιχεία Αναθέτουσας Αρχής

Επωνυμία	ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ – «ΔΗΜΗΤΡΑ»
Ταχυδρομική διεύθυνση	Κουρτίδου 56-58 & Νιρβάνα
Πόλη	Αθήνα
Ταχυδρομικός Κωδικός	11145
Τηλέφωνο	2108392000
Φαξ	2108231438
Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο	agrocert@otenet.gr
Αρμόδιοι για πληροφορίες	Για το αντικείμενο της σύμβασης: <ul style="list-style-type: none">Έφη Σκαρμούτσου, Διεύθυνση Ανάπτυξης & Εφαρμογών, Κουρτίδου 56-58 & Νιρβάνα, 11145 Αθήνα, Τηλ. 2108392147, eskarmoutsou@agrocert.grΧρήστος Παππάς, Διεύθυνση Ανάπτυξης & Εφαρμογών, Κουρτίδου 56-58 & Νιρβάνα, 11145 Αθήνα, Τηλ. 2108392140, cpapas2@gmail.com Για τις διαδικασίες σύναψης της σύμβασης: <ul style="list-style-type: none">Στέφ. Νικήτας, Τμήμα Προμηθειών, Κουρτίδου 56-58 & Νιρβάνα, 11145 Αθήνα, Τηλ. 2108392074, snikitas@elgo.gr
Γενική Διεύθυνση στο διαδίκτυο (URL)	www.elgo.gr

Είδος Αναθέτουσας Αρχής

Η Αναθέτουσα Αρχή είναι «Οργανισμός Δημοσίου Δικαίου» κατά την έννοια της περίπτωσης 4 της παραγρ. 1 του άρθρου 2 του ν. 4412/2016, αποτελεί «μη κεντρική αναθέτουσα αρχή» κατά την έννοια της περίπτωσης 3 της παραγρ. 1 του άρθρου 2 του ν. 4412/2016 και ανήκει στον τομέα της Γενικής Κυβέρνησης (υποτομέας Κεντρικής Κυβέρνησης) κατά τις υποδιαίρεσεις του ν. 4270/2014.

Κύρια δραστηριότητα Αναθέτουσας Αρχής

Η κύρια δραστηριότητα της Αναθέτουσας Αρχής είναι η αγροτική έρευνα, η γεωργική επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση, η πιστοποίηση και ο έλεγχος γεωργικών προϊόντων και τροφίμων καθώς και η προώθηση αυτών.

Στοιχεία Επικοινωνίας

- Τα έγγραφα της σύμβασης είναι διαθέσιμα για ελεύθερη, πλήρη, άμεση & δωρεάν ηλεκτρονική πρόσβαση στην διεύθυνση (URL) <http://elgo.gr/index.php/el/elgo-demeter-press-competitions-proclamations> μέσω της διαδικτυακής πύλης www.promitheus.gov.gr του Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.
- Οι προσφορές πρέπει να υποβάλλονται ηλεκτρονικά στην διεύθυνση : www.promitheus.gov.gr
- Περαιτέρω πληροφορίες είναι διαθέσιμες από την προαναφερθείσα διεύθυνση: <http://elgo.gr/index.php/el/elgo-demeter-press-competitions-proclamations>

1.2 Στοιχεία Διαδικασίας - Χρηματοδότηση

Είδος διαδικασίας

Ο διαγωνισμός θα διεξαχθεί με την ανοικτή διαδικασία του άρθρου 27 του ν. 4412/16.

Χρηματοδότηση της σύμβασης

Φορέας χρηματοδότησης της παρούσας σύμβασης είναι ο Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός – «ΔΗΜΗΤΡΑ». Για την κάλυψη της δαπάνης έχει εκδοθεί η με αρ. πρωτ. 2999/122453/28-11-2017 έγκριση ανάληψης πολυετούς υποχρέωσης του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων.

Η παρούσα σύμβαση συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, από Πιστώσεις του Προγράμματος ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

Το Πρόγραμμα υποβλήθηκε με κωδικό υποβολής 779704 εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή με την υπ' αριθμόν C (2017) 6934/19-10-2017 Εκτελεστική Απόφαση, στο πλαίσιο του Κανονισμού (ΕΕ) 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και Κοινοβουλίου, του κατ'εξουσιοδότηση Κανονισμού (ΕΕ) 2015/1829 και του εκτελεστικού κανονισμού (ΕΕ) 2015/1831 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σχετικά με την επιλογή των απλών προγραμμάτων που αφορούν την προώθηση γεωργικών προϊόντων για το 2017 δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

1.3 Συνοπτική Περιγραφή φυσικού και οικονομικού αντικείμενου της σύμβασης

Αντικείμενο της σύμβασης είναι η επιλογή εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: «Προώθηση της Φέτας ΠΟΠ "Feta PDO. Let's get real!" στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά». Η χρήση του μηνύματος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής: " Enjoy! It's from Europe." θα ενισχύσει αυτή την προσπάθεια.

Σκοπός του έργου, σε συμφωνία με τις πολιτικές και τους κανόνες της ΕΕ για τα γεωργικά προϊόντα και τον τρόπο προώθησής τους, είναι:

- να αναδείξει στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά, την ποιότητα, την παράδοση, τη μοναδικότητα, τη γνησιότητα και την αυθεντικότητα που σχετίζονται με την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ, ώστε να την καταστήσει συνειδητή επιλογή των ευρωπαίων καταναλωτών, αυξάνοντας έτσι το μερίδιο αγοράς και τις εξαγωγές
- να ενημερώσει και να ευαισθητοποιήσει τις ομάδες-στόχους (επαγγελματίες και καταναλωτές) για τις ιδιότητες της Φέτας ΠΟΠ καθώς και για την αυθεντικότητα των ευρωπαϊκών Προστατευόμενων Ονομασιών Προέλευσης
- να αυξήσει την αναγνωρισιμότητα σχετικά με τα σύμβολα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την επισήμανση των προϊόντων Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης.

Ο Ανάδοχος θα υλοποιήσει το έργο, σύμφωνα με:

α) τον Κανονισμό (ΕΕ) 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και Κοινοβουλίου της 22ης Οκτωβρίου 2014 σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν στα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες

β) τον κατ' εξουσιοδότηση Κανονισμό (ΕΕ) 2015/1829 της Επιτροπής, της 23ης Απριλίου 2015 για τη συμπλήρωση του Κανονισμού (ΕΕ) 1144/2014 και τον Εκτελεστικό Κανονισμό (ΕΕ) 2015/1831 της Επιτροπής για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής

γ) τον εκτελεστικό Καν. (ΕΕ) αριθμ. 2015/1831 της Επιτροπής, της 7ης Οκτωβρίου 2015, για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής του Καν. (ΕΕ) αριθμ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου

σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες.

δ) την Πρόσκληση υποβολής προτάσεων 2017 «Απλά προγράμματα: Επιχορηγήσεις για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα» και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες, σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

ε) τον «Οδηγό για υποψηφίους της πρόσκλησης υποβολής προτάσεων για απλά προγράμματα που αφορούν συγχρηματοδότηση των μέτρων ενημέρωσης και προώθησης που εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά ή σε τρίτες χώρες»

στ) την ΚΥΑ 419/18559 Κοινής Απόφασης των Υπουργών Εξωτερικών και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων «Καθορισμός λεπτομερειών εφαρμογής των Καν (ΕΕ) 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, του κατ' εξουσιοδότηση Καν (ΕΕ) 2015/1829 της Επιτροπής και του εκτελεστικού Καν (ΕΕ) 2015/1831 της Επιτροπής, σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες» (ΦΕΚ 855/Β/16-03-2017).

ζ) την με κωδικό υποβολής 779704 πρόταση του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ για τη χρηματοδότηση του έργου της προβολής όπως αυτή έχει εγκριθεί από με την υπ' αριθ. C(2017) 6934/19-10-2017 Εκτελεστική Απόφαση της Επιτροπής σχετικά με την επιλογή των απλών προγραμμάτων που αφορούν την προώθηση γεωργικών προϊόντων για το 2017 δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες κατατάσσονται στους ακόλουθους κωδικούς του Κοινού Λεξιλογίου δημοσίων συμβάσεων (CPV):

CPV	Περιγραφή
79416000-3	Υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων
72413000-8	Υπηρεσίες σχεδιασμού τοποθεσιών Παγκόσμιου Ιστού (WWW)
64216000-3	Υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων και πληροφοριών
79340000-9	Υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ
22120000-7	Δημοσιεύσεις
39294100-0	Προϊόντα πληροφόρησης και προβολής
92111220-0	Παραγωγή διαφημιστικών βιντεοταινιών
79950000-8	Υπηρεσίες διοργάνωσης εκθέσεων και συνεδρίων

Η παρούσα σύμβαση είναι ενιαία και δεν υποδιαιρείται σε τμήματα.

Η εκτιμώμενη αξία της σύμβασης ανέρχεται σε 3.189.246,00 € πλέον ΦΠΑ 24%.

Προσφορές υποβάλλονται για το σύνολο των ζητούμενων υπηρεσιών.

Οικονομικός φορέας ο οποίος υποβάλλει αυτόνομα ή ως μέλος Ένωσης ή Κοινοπραξίας για τον παρόντα διαγωνισμό, δεν μπορεί να συμμετέχει σε διαδικασία σύναψης σύμβασης αυτόνομα ή ως μέλος Ένωσης ή Κοινοπραξίας που αφορά στην ανάθεση υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της φέτας ΠΟΠ «Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά. Σε περίπτωση που διαπιστωθεί κάτι τέτοιο, όλες οι προσφορές τις οποίες υποβάλλει ή στις οποίες συμμετέχει ο οικονομικός φορέας απορρίπτονται.

Η συνολική εκτιμώμενη αξία της σύμβασης ανέρχεται στο ποσό των **3.954.665,04 €** συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ 24% (προϋπολογισμός χωρίς ΦΠΑ: 3.189.246,00 € ΦΠΑ : 765.419,04 €).

Η διάρκεια της σύμβασης ορίζεται σε 36 μήνες.

Αναλυτική περιγραφή του φυσικού και οικονομικού αντικειμένου της σύμβασης δίδεται στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι της παρούσας διακήρυξης.

Η σύμβαση θα ανατεθεί με το κριτήριο της πλέον συμφέρουσας από οικονομική άποψη προσφοράς, βάσει της βέλτιστης σχέσης ποιότητας – τιμής.

1.4 Θεσμικό πλαίσιο

Η ανάθεση και εκτέλεση της σύμβασης διέπεται από την κείμενη νομοθεσία και τις κατ' εξουσιοδότηση αυτής εκδοθείσες κανονιστικές πράξεις, όπως ισχύουν και ιδίως:

- του ν. 4412/2016 (Α' 147) *“Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ)”*
- του ν. 4314/2014 (Α' 265) *“Α) Για τη διαχείριση, τον έλεγχο και την εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2014–2020, Β) Ενσωμάτωση της Οδηγίας 2012/17 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13ης Ιουνίου 2012 (ΕΕ L 156/16.6.2012) στο ελληνικό δίκαιο, τροποποίηση του ν. 3419/2005 (Α' 297) και άλλες διατάξεις” και του ν. 3614/2007 (Α' 267) «Διαχείριση, έλεγχος και εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2007 -2013»,*
- του ν. 4270/2014 (Α' 143) *«Αρχές δημοσιονομικής διαχείρισης και εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ) – δημόσιο λογιστικό και άλλες διατάξεις»,*
- του ν. 4250/2014 (Α' 74) *«Διοικητικές Απλουστεύσεις - Καταργήσεις, Συγχωνεύσεις Νομικών Προσώπων και Υπηρεσιών του Δημοσίου Τομέα-Τροποποίηση Διατάξεων του π.δ. 318/1992 (Α' 161) και λοιπές ρυθμίσεις» και ειδικότερα τις διατάξεις του άρθρου 1,*
- της παρ. Ζ του Ν. 4152/2013 (Α' 107) *«Προσαρμογή της ελληνικής νομοθεσίας στην Οδηγία 2011/7 της 16.2.2011 για την καταπολέμηση των καθυστερήσεων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές»,*
- του ν. 4129/2013 (Α' 52) *«Κύρωση του Κώδικα Νόμων για το Ελεγκτικό Συνέδριο»*
- του ν. 4013/2011 (Α' 204) *«Σύσταση ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων και Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων...»,*
- του ν. 3861/2010 (Α' 112) *«Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο "Πρόγραμμα Διαύγεια" και άλλες διατάξεις”,*
- του άρθρου 4 του π.δ. 118/07 (Α' 150)
- του ν. 3548/2007 (Α' 68) *«Καταχώριση δημοσιεύσεων των φορέων του Δημοσίου στο νομαρχιακό και τοπικό Τύπο και άλλες διατάξεις»,*
- του ν. 3310/2005 (Α' 30) *“Μέτρα για τη διασφάλιση της διαφάνειας και την αποτροπή καταστρατηγήσεων κατά τη διαδικασία σύναψης δημοσίων συμβάσεων” για τη διασταύρωση των στοιχείων του αναδόχου με τα στοιχεία του Ε.Σ.Π., του π.δ/τος 82/1996 (Α' 66) «Ονομαστικοποίηση μετοχών Ελληνικών Ανωνύμων Εταιρειών που μετέχουν στις διαδικασίες ανάληψης έργων ή προμηθειών του Δημοσίου ή των νομικών προσώπων του ευρύτερου δημόσιου τομέα», της κοινής απόφασης των Υπουργών Ανάπτυξης και Επικρατείας με αρ. 20977/2007 (Β' 1673) σχετικά με τα “Δικαιολογητικά για την τήρηση των μητρώων του ν.3310/2005, όπως τροποποιήθηκε με το ν.3414/2005”, καθώς και της απόφασης του Υφυπουργού Οικονομίας και Οικονομικών με αριθμ.1108437/2565/ΔΟΣ/2005 (Β' 1590) “Καθορισμός χωρών στις οποίες λειτουργούν εξωχώριες εταιρίες”,*
- του ν. 2859/2000 (Α' 248) *«Κύρωση Κώδικα Φόρου Προστιθέμενης Αξίας»,*
- του ν.2690/1999 (Α' 45) *“Κύρωση του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας και άλλες διατάξεις” και ιδίως των άρθρων 7 και 13 έως 15,*

- του ν. 2121/1993 (Α' 25) *“Πνευματική Ιδιοκτησία, Συγγενικά Δικαιώματα και Πολιτιστικά Θέματα”*,
- του π.δ 28/2015 (Α' 34) *“Κωδικοποίηση διατάξεων για την πρόσβαση σε δημόσια έγγραφα και στοιχεία”*,
- του π.δ. 80/2016 (Α' 145) *“Ανάληψη υποχρεώσεων από τους Διατάκτες”*,
- της με αρ. 57654 (Β' 1781/23.5.2017) Απόφασης του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης *«Ρύθμιση ειδικότερων θεμάτων λειτουργίας και διαχείρισης του Κεντρικού Ηλεκτρονικού Μητρώου Δημοσίων Συμβάσεων (ΚΗΜΔΗΣ) του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης»*
- της με αρ. 56902/215 (Β' 1924/2.6.2017) Απόφασης του Υπουργού Οικονομίας και Ανάπτυξης *«Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ.)»*,
- του Καν. (ΕΕ) αριθμ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 22ας Οκτωβρίου 2014, σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες και την κατάργηση του καν (ΕΚ) αριθμ. 3/2008 του Συμβουλίου,
- του κατ' εξουσιοδότηση Καν. (ΕΕ) αριθμ. 2015/1829 της Επιτροπής, της 23ης Απριλίου 2015, για τη συμπλήρωση του Καν. (ΕΕ) αριθμ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες,
- του εκτελεστικού Καν. (ΕΕ) αριθμ. 2015/1831 της Επιτροπής, της 7ης Οκτωβρίου 2015, για τη θέσπιση κανόνων εφαρμογής του Καν. (ΕΕ) αριθμ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες,
- την Πρόσκληση υποβολής προτάσεων 2017 *«Απλά προγράμματα: Επιχορηγήσεις για ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης που αφορούν τα γεωργικά προϊόντα»* και εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες, σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου.
- τον *«Οδηγό για υποψηφίους της πρόσκλησης υποβολής προτάσεων για απλά προγράμματα που αφορούν συγχρηματοδότηση των μέτρων ενημέρωσης και προώθησης που εφαρμόζονται στην εσωτερική αγορά ή σε τρίτες χώρες»*
- του εκτελεστικού Καν. (ΕΕ) αριθμ. 2016/7 της Επιτροπής για την καθιέρωση του τυποποιημένου εντύπου για το Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Προμήθειας,
- της Οδηγίας 24/2014 της Ευρωπαϊκής Ένωσης,
- της υπ' αριθ. 419/18559 Κοινής Απόφασης των Υπουργών Εξωτερικών και Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων *«Καθορισμός λεπτομερειών εφαρμογής των Καν (ΕΕ) 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, του κατ' εξουσιοδότηση Καν (ΕΕ) 2015/1829 της Επιτροπής και του εκτελεστικού Καν (ΕΕ) 2015/1831 της Επιτροπής, σχετικά με τις ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης γεωργικών προϊόντων στην εσωτερική αγορά και σε τρίτες χώρες.*
- των σε εκτέλεση των ανωτέρω νόμων εκδοθεισών κανονιστικών πράξεων, των λοιπών διατάξεων που αναφέρονται ρητά ή απορρέουν από τα οριζόμενα στα συμβατικά τεύχη της παρούσας, καθώς και του συνόλου των διατάξεων του ασφαλιστικού, εργατικού, κοινωνικού, περιβαλλοντικού και φορολογικού δικαίου που διέπει την ανάθεση και εκτέλεση της παρούσας σύμβασης, έστω και αν δεν αναφέρονται ρητά παραπάνω,
- του άρθρου 14B του ν. 3429/2005 *«Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί (Δ.Ε.Κ.Ο.)»* (ΦΕΚ 314 Α'), όπως το άρθρο αυτό προστέθηκε με την παρ.1 του άρθρου 66 του ν.4002/2011 *«Τροποποίηση της συνταξιοδοτικής νομοθεσίας του Δημοσίου-Ρυθμίσεις για την ανάπτυξη και τη δημοσιονομική εξυγίανση-Θέματα αρμοδιότητας Υπουργείων Οικονομικών, Πολιτισμού και Τουρισμού και Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης»* (ΦΕΚ Α 180/Α'/22.8.2011),

- της υπ' αριθ. 188763/10.10.2011 κοινής απόφασης των Υπουργών Οικονομικών και Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων με την οποία κατ' εξουσιοδότηση των ανωτέρω διατάξεων, συστήθηκε ο «ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ – ΔΗΜΗΤΡΑ» (ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ) που εποπτεύεται από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων και στον οποίο συγχωνεύθηκαν τα μέχρι τότε αυτοτελώς λειτουργούντα ν.π.ι.δ., (α) το Εθνικό Ίδρυμα Αγροτικής Έρευνας (ΕΘ.Ι.ΑΓ.Ε.), (β) ο Οργανισμός Γεωργικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Απασχόλησης (Ο.Γ.Ε.Ε.Κ.Α.)-«ΔΗΜΗΤΡΑ», (γ) ο Οργανισμός Πιστοποίησης και Επίβλεψης Γεωργικών Προϊόντων (Ο.Π.Ε.Γ.Ε.Π.) και (δ) ο Ελληνικός Οργανισμός Γάλακτος και Κρέατος (ΕΛ.Ο.Γ.Α.Κ.), (ΦΕΚ 2284 Β'/13.10.2011), στο εξής ΚΥΑ,
- της αριθ. 5336/71598/22-06-2016 και 3079/42636/17-04-2015 Απόφασης όπως τροποποιήθηκε από την 5337/71600/22-06-2016 Απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΦΕΚ.325/23-06-2016 Τεύχος ΥΟΔΔ) «Διορισμός Προσωρινού Διευθύνοντος Συμβούλου του Ελληνικού Γεωργικού Οργανισμού – Δήμητρα – ΝΠΙΔ» και « Ορισμός μελών προσωρινού Διοικητικού Συμβουλίου του Ελληνικού Γεωργικού Οργανισμού – Δήμητρα – ΝΠΙΔ» αντίστοιχα,
- της υπ' αριθ. 8865/112514 (ΦΕΚ 739 ΥΟΔΔ/20.10.2015) απόφασης του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, με την οποία διορίστηκε ως προσωρινός Πρόεδρος του Δ.Σ. του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ ο Ερευνητής Β' του ίδιου Οργανισμού Δρ. Γεώργιος Καρέτσος,
- της υπ' αριθ. θέματος 11Α Απόφασης της 73ης/23-03-2016 Συνεδρίασης του Διοικητικού Συμβουλίου του Οργανισμού με θέμα «Επικαιροποίηση, συμπλήρωση και τροποποίηση των επιμέρους παραγράφων της 01/65ης/27&28.07.2015 Απόφασης του Διοικητικού Συμβουλίου» (ΑΔΑ: ΩΥΡΜΟΞ3Μ-5ΓΓ),
- την υπ' αριθ. C(2017) 6934/19-10-2017 Εκτελεστική Απόφαση της Επιτροπής σχετικά με την επιλογή των απλών προγραμμάτων που αφορούν την προώθηση γεωργικών προϊόντων για το 2017 δυνάμει του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1144/2014 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου
- της υπ' αριθ. πρωτ. 91/113219/26-10-2017 επιστολής του Τμήματος Εμπορικών Ροών και Προώθησης Προϊόντων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων σχετικά με το αποτέλεσμα της αξιολόγησης της πρότασης απλού προγράμματος 2017 για την προώθηση γεωργικών προϊόντων με κωδικό 779704 – PDO FETA.
- της υπ' αριθ. πρωτ. 49308/14-11-2017 έγκρισης ανάληψης υποχρέωσης δαπάνης σε βάρος του Προϋπολογισμού του Ελληνικού Γεωργικού Οργανισμού ΔΗΜΗΤΡΑ επόμενων ετών αρχής γενομένης το έτος 2018 για την «Παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού καθώς και φορέα αξιολόγησης για το Πρόγραμμα Προώθηση της Ευρωπαϊκής Φέτας ΠΟΠ «European PDO Feta. Let's get real!» στις αγορές της Γερμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας.
- της με αριθ. θέματος 05α2 Απόφασης της 98ης συνεδρίασης του Δ.Σ. του ΕΛΓΟ – ΔΗΜΗΤΡΑ με θέμα «Απόφαση έγκρισης τευχών διακήρυξης διαγωνισμών και διενέργειας αυτών με σύντμηση προθεσμιών καθώς και συγκρότησης γνωμοδοτικών οργάνων (Επιτροπών) Α2] Του τεύχους της διακήρυξης διαγωνισμού και της περίληψης αυτής, με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: Προώθηση της Φέτας ΠΟΠ «PDO Feta. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και Καναδά, εκτιμώμενου προϋπολογισμού 3.189.246,00 € πλέον ΦΠΑ 24%» (ΑΔΑ ΩΚΖΓΟΞ3Μ-ΡΕΔ).
- της υπ' αριθ. πρωτ. 50393/20-11-2017 επιστολής προς το Τμήμα Εμπορικών Ροών & Προώθησης Προϊόντων της Διεύθυνσης Προώθησης Γεωργικών Προϊόντων της Γενικής Διεύθυνσης Τροφίμων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων με θέμα «διαβίβαση τελικών σχεδίων διακηρύξεων, καθώς και της σχετικής απόφασης Δ.Σ. του ΕΛΓΟ – ΔΗΜΗΤΡΑ».
- της υπ' αριθ. πρωτ. 3717/126631/27-11-2017 επιστολής του Τμήματος Κατάρτισης και Εκτέλεσης Προγράμματος Προμηθειών της Διεύθυνσης Προμηθειών Διαχείρισης Υλικού & Υποδομών της Γενικής Διεύθυνσης Οικονομικών Υπηρεσιών του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων με θέμα «Σχέδια Διακηρύξεων Ηλεκτρονικών Ανοικτών Διεθνών Διαγωνισμών, μέσω Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ., του Ελληνικού Γεωργικού Οργανισμού – «ΔΗΜΗΤΡΑ», οι οποίες αφορούν στην α) «Παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: Προώθηση της Ευρωπαϊκής Φέτας ΠΟΠ «European PDO Feta. Let's get real!» στις αγορές της Γερμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας», β) Παροχή υπηρεσιών

αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων για το Πρόγραμμα: Προώθηση της φέτας ΠΟΠ «Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές στις αγορές της Γερμανίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας», γ) «Παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: Προώθηση της Ευρωπαϊκής Φέτας ΠΟΠ «European PDO Feta. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά και δ) Παροχή υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων για το Πρόγραμμα: Προώθηση της φέτας ΠΟΠ «Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά».

- της υπ' αριθ. πρωτ. 257/125720/28-11-2017 επιστολής του Τμήματος Εμπορικών Ροών & Προώθησης Προϊόντων της Διεύθυνσης Προώθησης Γεωργικών Προϊόντων της Γενικής Διεύθυνσης Τροφίμων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων με θέμα «Τελικά σχέδια Διακηρύξεων του Ελληνικού Γεωργικού Οργανισμού – ΔΗΜΗΤΡΑ»
- της με αρ. πρωτ. 2999/122453/28-11-2017 έγκρισης ανάληψης πολυετούς υποχρέωσης του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΑΔΑ Ψ3ΘΙ4653ΠΓ-ΝΜΕ)

1.5 Προθεσμία παραλαβής προσφορών και διενέργεια διαγωνισμού

Η καταληκτική ημερομηνία παραλαβής των προσφορών είναι η 18/12/2017 και ώρα 23:59.

Η διαδικασία θα διενεργηθεί με χρήση της πλατφόρμας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.Δ.Η.Σ.), μέσω της Διαδικτυακής πύλης www.promitheus.gov.gr του ως άνω συστήματος, την 22/12/2017, ημέρα Παρασκευή και ώρα 12:00 μ.μ.

1.6 Δημοσιότητα

A. Δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Προκήρυξη της παρούσας σύμβασης απεστάλη με ηλεκτρονικά μέσα για δημοσίευση στις 28/11/2017 στην Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

B. Δημοσίευση σε εθνικό επίπεδο

Η προκήρυξη και το πλήρες κείμενο της παρούσας Διακήρυξης καταχωρήθηκαν στο Κεντρικό Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων (ΚΗΜΔΗΣ).

Το πλήρες κείμενο της παρούσας Διακήρυξης καταχωρήθηκε ακόμη και στη διαδικτυακή πύλη του Ε.Σ.Η.Δ.Η.Σ.: <http://www.promitheus.gov.gr>, όπου έλαβε Συστημικό Αριθμό: 50499.

Προκήρυξη (περίληψη της παρούσας Διακήρυξης) δημοσιεύεται και στον Ελληνικό Τύπο, σύμφωνα με το άρθρο 66 του Ν. 4412/2016 :

Στην εφημερίδα με τίτλο «Η ΑΥΓΗ»

Στην εφημερίδα με τίτλο «ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ»

Η προκήρυξη (περίληψη της παρούσας Διακήρυξης) όπως προβλέπεται στην περίπτωση 16 της παραγράφου 4 του άρθρου 2 του Ν. 3861/2010, αναρτήθηκε στο διαδίκτυο, στον ιστότοπο <https://diavgeia.gov.gr/> (ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΑΥΓΕΙΑ)

Η Διακήρυξη θα καταχωρηθεί στο διαδίκτυο, στην ιστοσελίδα της αναθέτουσας αρχής, στη διεύθυνση (URL) <http://elgo.gr/index.php/el/elgo-demeter-press-competitions-proclamations>, στις 28/11/2017

Η δημοσίευση της διακήρυξης αναρτάται στον ιστότοπο του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων <http://www.minagric.gr> και στον πίνακα ανακοινώσεων του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών.

Γ. Έξοδα δημοσιεύσεων

Η δαπάνη των δημοσιεύσεων στον Ελληνικό Τύπο βαρύνει τον ανάδοχο.

1.7 Αρχές εφαρμoζόμενες στη διαδικασία σύναψης

Οι οικονομικοί φορείς δεσμεύονται ότι:

α) τηρούν και θα εξακολουθήσουν να τηρούν κατά την εκτέλεση της σύμβασης, εφόσον επιλεγούν, τις υποχρεώσεις τους που απορρέουν από τις διατάξεις της περιβαλλοντικής, κοινωνικοασφαλιστικής και εργατικής νομοθεσίας, που έχουν θεσπιστεί με το δίκαιο της Ένωσης, το εθνικό δίκαιο, συλλογικές συμβάσεις ή διεθνείς διατάξεις περιβαλλοντικού, κοινωνικού και εργατικού δικαίου, οι οποίες απαριθμούνται στο Παράρτημα Χ του Προσαρτήματος Α του ν. 4412/2016. Η τήρηση των εν λόγω υποχρεώσεων ελέγχεται και βεβαιώνεται από τα όργανα που επιβλέπουν την εκτέλεση των δημοσίων συμβάσεων και τις αρμόδιες δημόσιες αρχές και υπηρεσίες που ενεργούν εντός των ορίων της ευθύνης και της αρμοδιότητάς τους.

β) δεν θα ενεργήσουν αθέμιτα, παράνομα ή καταχρηστικά καθ' όλη τη διάρκεια της διαδικασίας ανάθεσης, αλλά και κατά το στάδιο εκτέλεσης της σύμβασης, εφόσον επιλεγούν

γ) λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα για να διαφυλάξουν την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών που έχουν χαρακτηριστεί ως τέτοιες.

2. ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

2.1 Γενικές Πληροφορίες

2.1.1 Έγγραφα της σύμβασης

Τα έγγραφα της παρούσας διαδικασίας σύναψης είναι τα ακόλουθα:

- η με αρ. 2017-167983/28-11-2017 Προκήρυξη της Σύμβασης, όπως αυτή έχει δημοσιευτεί στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- η παρούσα Διακήρυξη με τα Παραρτήματα που αποτελούν αναπόσπαστο μέρος αυτής
- το Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Σύμβασης [ΕΕΕΣ]
- οι συμπληρωματικές πληροφορίες που τυχόν παρέχονται στο πλαίσιο της διαδικασίας, ιδίως σχετικά με τις προδιαγραφές και τα σχετικά δικαιολογητικά
- το σχέδιο της σύμβασης με τα Παραρτήματά της

2.1.2 Επικοινωνία - Πρόσβαση στα έγγραφα της Σύμβασης

Όλες οι επικοινωνίες σε σχέση με τα βασικά στοιχεία της διαδικασίας σύναψης της σύμβασης, καθώς και όλες οι ανταλλαγές πληροφοριών, ιδίως η ηλεκτρονική υποβολή, εκτελούνται με τη χρήση της πλατφόρμας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (ΕΣΗΔΗΣ), μέσω της Διαδικτυακής πύλης www.promitheus.gov.gr του ως άνω συστήματος.

2.1.3 Παροχή Διευκρινίσεων

Τα σχετικά αιτήματα παροχής διευκρινίσεων υποβάλλονται ηλεκτρονικά, το αργότερο οκτώ (8) ημέρες πριν την καταληκτική ημερομηνία υποβολής προσφορών και απαντώνται αντίστοιχα στο δικτυακό τόπο του διαγωνισμού μέσω της Διαδικτυακής πύλης www.promitheus.gov.gr, του Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ. Αιτήματα παροχής συμπληρωματικών πληροφοριών – διευκρινίσεων υποβάλλονται από εγγεγραμμένους στο σύστημα οικονομικούς φορείς, δηλαδή από εκείνους που διαθέτουν σχετικά διαπιστευτήρια που τους έχουν χορηγηθεί (όνομα χρήστη και κωδικό πρόσβασης) και απαραίτητα το ηλεκτρονικό αρχείο με το κείμενο των ερωτημάτων είναι ηλεκτρονικά υπογεγραμμένο. Αιτήματα παροχής διευκρινίσεων που υποβάλλονται είτε με άλλο τρόπο είτε το ηλεκτρονικό αρχείο που τα συνοδεύει δεν είναι ηλεκτρονικά υπογεγραμμένο, δεν εξετάζονται.

Η αναθέτουσα αρχή μπορεί να παρατείνει την προθεσμία παραλαβής των προσφορών, ούτως ώστε όλοι οι ενδιαφερόμενοι οικονομικοί φορείς να μπορούν να λάβουν γνώση όλων των αναγκαίων πληροφοριών για την κατάρτιση των προσφορών στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- α) όταν, για οποιονδήποτε λόγο, πρόσθετες πληροφορίες, αν και ζητήθηκαν από τον οικονομικό φορέα έγκαιρα, δεν έχουν παρασχεθεί το αργότερο έξι (6) ημέρες πριν από την προθεσμία που ορίζεται για την παραλαβή των προσφορών,
- β) όταν τα έγγραφα της σύμβασης υφίστανται σημαντικές αλλαγές.

Η διάρκεια της παράτασης θα είναι ανάλογη με τη σπουδαιότητα των πληροφοριών ή των αλλαγών.

Όταν οι πρόσθετες πληροφορίες δεν έχουν ζητηθεί έγκαιρα ή δεν έχουν σημασία για την προετοιμασία κατάλληλων προσφορών, δεν απαιτείται παράταση των προθεσμιών.

2.1.4 Γλώσσα

Τα έγγραφα της σύμβασης έχουν συνταχθεί στην ελληνική γλώσσα.

Τυχόν ενστάσεις ή προδικαστικές προσφυγές υποβάλλονται στην ελληνική γλώσσα.

Οι προσφορές και τα περιλαμβανόμενα σε αυτές στοιχεία συντάσσονται στην ελληνική γλώσσα ή συνοδεύονται από επίσημη μετάφρασή τους στην ελληνική γλώσσα.

Τα αποδεικτικά έγγραφα συντάσσονται στην ελληνική γλώσσα ή συνοδεύονται από επίσημη μετάφρασή τους στην ελληνική γλώσσα. Στα αλλοδαπά δημόσια έγγραφα και δικαιολογητικά εφαρμόζεται η Συνθήκη της Χάγης της 5.10.1961, που κυρώθηκε με το ν. 1497/1984 (Α' 188).

Ειδικότερα, όλα τα δημόσια έγγραφα που αφορούν αλλοδαπούς οικονομικούς φορείς και που θα κατατεθούν από τους προσφέροντες στην παρούσα διαδικασία, θα είναι νόμιμα επικυρωμένα, και η μετάφραση των εν λόγω εγγράφων μπορεί να γίνει είτε από τη μεταφραστική υπηρεσία του ΥΠ.ΕΞ., είτε από το αρμόδιο προξενείο, είτε από δικηγόρο κατά την έννοια των άρθρων 454 του Κ.Πολ.Δ. και 53 του Κώδικα περί Δικηγόρων, είτε από ορκωτό μεταφραστή της χώρας προέλευσης, αν υφίσταται στη χώρα αυτή τέτοια υπηρεσία.

Επιτρέπεται αντίστοιχα η κατάθεση οιασδήποτε δημόσιου εγγράφου και δικαιολογητικού που αφορά αλλοδαπή Επιχείρηση με τη μορφή επικυρωμένης φωτοτυπίας προερχόμενης είτε από το νόμιμο επικυρωμένο έγγραφο από το αρμόδιο Προξενείο της χώρας του προσφέροντος, είτε από το πρωτότυπο έγγραφο με την σφραγίδα "Apostile" σύμφωνα με την συνθήκη της Χάγης της 05-10-61. Η επικύρωση αυτή πρέπει να έχει γίνει από δικηγόρο κατά την έννοια των άρθρων 454 του Κ.Π.Δ. και 53 του Κώδικα περί Δικηγόρων.

Κάθε μορφής επικοινωνία με την αναθέτουσα αρχή, καθώς και μεταξύ αυτής και του αναδόχου, θα γίνονται υποχρεωτικά στην ελληνική γλώσσα.

2.1.5 Εγγυήσεις

Οι εγγυητικές επιστολές των παραγράφων 2.2.2 και 4.1. εκδίδονται από πιστωτικά ιδρύματα που λειτουργούν νόμιμα στα κράτη - μέλη της Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου ή στα κράτη-μέλη της ΣΔΣ¹ και έχουν, σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις, το δικαίωμα αυτό. Μπορούν, επίσης, να εκδίδονται από το Ε.Τ.Α.Α. - Τ.Σ.Μ.Ε.Δ.Ε. ή να παρέχονται με γραμμάτιο του Ταμείου Παρακαταθηκών και Δανείων με παρακατάθεση σε αυτό του αντίστοιχου χρηματικού ποσού. Αν συσταθεί παρακαταθήκη με γραμμάτιο παρακατάθεσης χρεογράφων στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων, τα τοκομερίδια ή μερίσματα που λήγουν κατά τη διάρκεια της εγγύησης επιστρέφονται μετά τη λήξη τους στον υπέρ ου η εγγύηση οικονομικό φορέα.

Οι εγγυητικές επιστολές εκδίδονται κατ' επιλογή των οικονομικών φορέων από έναν ή περισσότερους εκδότες της παραπάνω παραγράφου.

Οι εγγυήσεις αυτές περιλαμβάνουν κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα στοιχεία: α) την ημερομηνία έκδοσης, β) τον εκδότη, γ) την αναθέτουσα αρχή προς την οποία απευθύνονται, δ) τον αριθμό της εγγύησης, ε) το ποσό που καλύπτει η εγγύηση, στ) την πλήρη επωνυμία, τον Α.Φ.Μ. και τη διεύθυνση του οικονομικού φορέα υπέρ του οποίου εκδίδεται η εγγύηση (στην περίπτωση ένωσης αναγράφονται όλα τα παραπάνω για κάθε μέλος της ένωσης), ζ) τους όρους ότι: αα) η εγγύηση παρέχεται ανέκκλητα και ανεπιφύλακτα, ο δε εκδότης παραιτείται του δικαιώματος της διαιρέσεως και της διζήσεως, και ββ) ότι σε περίπτωση κατάρτησης αυτής, το ποσό της κατάρτησης υπόκειται στο εκάστοτε ισχύον τέλος χαρτοσήμου, η) τα στοιχεία της σχετικής διακήρυξης και την ημερομηνία διενέργειας του διαγωνισμού, θ) την ημερομηνία λήξης ή τον χρόνο ισχύος της εγγύησης, ι) την ανάληψη υποχρέωσης από τον εκδότη της εγγύησης να καταβάλει το ποσό της εγγύησης ολικά ή μερικά εντός πέντε (5) ημερών μετά από απλή έγγραφη ειδοποίηση εκείνου προς τον οποίο απευθύνεται και ια) στην περίπτωση των εγγυήσεων καλής εκτέλεσης και προκαταβολής, τον αριθμό και τον τίτλο της σχετικής σύμβασης.

Υποδείγματα εγγυητικών επιστολών συμμετοχής, προκαταβολής και καλής εκτέλεσης περιλαμβάνονται στο Παράρτημα VI

Η αναθέτουσα αρχή επικοινωνεί με τους εκδότες των εγγυητικών επιστολών προκειμένου να διαπιστώσει την εγκυρότητά τους.

¹ Η Διεθνής Συμφωνία για τις Δημόσιες Συμβάσεις (ΣΔΣ) είναι, μέχρι στιγμής, η μόνη νομικά δεσμευτική συμφωνία στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου στο πεδίο των δημοσίων συμβάσεων. Η παρούσα μορφή της τέθηκε σε ισχύ την 1η Ιανουαρίου 1996. Τα μέλη της ΣΔΣ είναι: Αρμενία, Ελβετία, Ευρωπαϊκή Ένωση όσον αφορά τα κράτη μέλη της, Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, Ιαπωνία, Ισλανδία, Ισραήλ, Καναδάς, Κάτω Χώρες όσον αφορά την Αρούμπα, Κινεζική Ταϊπέι, Κορέα, Λιχτενστάιν, Νορβηγία, Σιγκαπούρη, και Χονγκ Κονγκ-Κίνα. Αρμόδια για τη διαχείριση της ΣΔΣ είναι η επιτροπή για τις δημόσιες συμβάσεις.

2.2 Δικαίωμα Συμμετοχής - Κριτήρια Ποιοτικής Επιλογής

2.2.1 Δικαιούμενοι συμμετοχής

1. Δικαίωμα συμμετοχής στη διαδικασία σύναψης της παρούσας σύμβασης έχουν φυσικά ή νομικά πρόσωπα και, σε περίπτωση ενώσεων οικονομικών φορέων, τα μέλη αυτών, που είναι εγκατεστημένα σε:

α) κράτος-μέλος της Ένωσης,

β) κράτος-μέλος του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.),

γ) τρίτες χώρες που έχουν υπογράψει και κυρώσει τη ΣΔΣ, στο βαθμό που η υπό ανάθεση δημόσια σύμβαση καλύπτεται από τα Παραρτήματα 1, 2, 4 και 5 και τις γενικές σημειώσεις του σχετικού με την Ένωση Προσαρτήματος Ι της ως άνω Συμφωνίας, καθώς και

δ) σε τρίτες χώρες που δεν εμπίπτουν στην περίπτωση γ' της παρούσας παραγράφου και έχουν συνάψει διμερείς ή πολυμερείς συμφωνίες με την Ένωση σε θέματα διαδικασιών ανάθεσης δημοσίων συμβάσεων.

2. Οι ενώσεις οικονομικών φορέων, συμπεριλαμβανομένων και των προσωρινών συμπράξεων, δεν απαιτείται να περιβληθούν συγκεκριμένη νομική μορφή για την υποβολή προσφοράς.

3. Στις περιπτώσεις υποβολής προσφοράς από ένωση οικονομικών φορέων, όλα τα μέλη της ευθύνονται έναντι της αναθέτουσας αρχής αλληλέγγυα και εις ολόκληρον.

2.2.2 Εγγύηση συμμετοχής

2.2.2.1. Για την έγκυρη συμμετοχή στη διαδικασία σύναψης της παρούσας σύμβασης, κατατίθεται από τους συμμετέχοντες οικονομικούς φορείς (προσφέροντες), εγγυητική επιστολή συμμετοχής, που ανέρχεται σε ποσό που αντιστοιχεί στο 2% της καθαρής αξίας (προ Φ.Π.Α.) του προϋπολογισμού της σύμβασης και συγκεκριμένα ορίζεται σε 63.784,92 ευρώ

Στην περίπτωση ένωσης οικονομικών φορέων, η εγγύηση συμμετοχής περιλαμβάνει και τον όρο ότι η εγγύηση καλύπτει τις υποχρεώσεις όλων των οικονομικών φορέων που συμμετέχουν στην ένωση.

Η εγγύηση συμμετοχής πρέπει να ισχύει τουλάχιστον για τριάντα (30) ημέρες μετά τη λήξη του χρόνου ισχύος της προσφοράς του άρθρου 2.4.5 της παρούσας, ήτοι μέχρι 23/07/2018, άλλως η προσφορά απορρίπτεται. Η αναθέτουσα αρχή μπορεί, πριν τη λήξη της προσφοράς, να ζητά από τον προσφέροντα να παρατείνει, πριν τη λήξη τους, τη διάρκεια ισχύος της προσφοράς και της εγγύησης συμμετοχής.

2.2.2.2. Η εγγύηση συμμετοχής επιστρέφεται στον ανάδοχο με την προσκόμιση της εγγύησης καλής εκτέλεσης.

Η εγγύηση συμμετοχής επιστρέφεται στους λοιπούς προσφέροντες μετά:

α) την άπρακτη πάροδο της προθεσμίας άσκησης προσφυγής ή την έκδοση απόφασης επί ασκηθείσας προσφυγής κατά της απόφασης κατακύρωσης και

β) την άπρακτη πάροδο της προθεσμίας άσκησης ασφαλιστικών μέτρων ή την έκδοση απόφασης επ' αυτών, και

2.2.2.3. Η εγγύηση συμμετοχής καταπίπτει, αν ο προσφέρων αποσύρει την προσφορά του κατά τη διάρκεια ισχύος αυτής, παρέχει ψευδή στοιχεία ή πληροφορίες που αναφέρονται στα άρθρα 2.2.3 έως 2.2.7, δεν προσκομίσει εγκαίρως τα προβλεπόμενα από την παρούσα δικαιολογητικά ή δεν προσέλθει εγκαίρως για υπογραφή της σύμβασης.

2.2.3 Λόγοι αποκλεισμού

Αποκλείεται από τη συμμετοχή στην παρούσα διαδικασία σύναψης σύμβασης (διαγωνισμό) προσφέρων οικονομικός φορέας, εφόσον συντρέχει στο πρόσωπό του (εάν πρόκειται για μεμονωμένο φυσικό ή

νομικό πρόσωπο) ή σε ένα από τα μέλη του (εάν πρόκειται για ένωση οικονομικών φορέων) ένας ή περισσότεροι από τους ακόλουθους λόγους:

2.2.3.1. Όταν υπάρχει σε βάρος του τελεσίδικη καταδικαστική απόφαση για έναν από τους ακόλουθους λόγους:

α) συμμετοχή σε εγκληματική οργάνωση, όπως αυτή ορίζεται στο άρθρο 2 της απόφασης-πλαίσιο 2008/841/ΔΕΥ του Συμβουλίου της 24ης Οκτωβρίου 2008, για την καταπολέμηση του οργανωμένου εγκλήματος (ΕΕ L 300 της 11.11.2008 σ.42),

β) δωροδοκία, όπως ορίζεται στο άρθρο 3 της σύμβασης περί της καταπολέμησης της διαφθοράς στην οποία ενέχονται υπάλληλοι των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων ή των κρατών-μελών της Ένωσης (ΕΕ C 195 της 25.6.1997, σ. 1) και στην παράγραφο 1 του άρθρου 2 της απόφασης-πλαίσιο 2003/568/ΔΕΥ του Συμβουλίου της 22ας Ιουλίου 2003, για την καταπολέμηση της δωροδοκίας στον ιδιωτικό τομέα (ΕΕ L 192 της 31.7.2003, σ. 54), καθώς και όπως ορίζεται στην κείμενη νομοθεσία ή στο εθνικό δίκαιο του οικονομικού φορέα,

γ) απάτη, κατά την έννοια του άρθρου 1 της σύμβασης σχετικά με την προστασία των οικονομικών συμφερόντων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΕΕ C 316 της 27.11.1995, σ. 48), η οποία κυρώθηκε με το ν. 2803/2000 (Α' 48),

δ) τρομοκρατικά εγκλήματα ή εγκλήματα συνδεόμενα με τρομοκρατικές δραστηριότητες, όπως ορίζονται, αντιστοίχως, στα άρθρα 1 και 3 της απόφασης-πλαίσιο 2002/475/ΔΕΥ του Συμβουλίου της 13ης Ιουνίου 2002, για την καταπολέμηση της τρομοκρατίας (ΕΕ L 164 της 22.6.2002, σ. 3) ή ηθική αυτουργία ή συνέργεια ή απόπειρα διάπραξης εγκλήματος, όπως ορίζονται στο άρθρο 4 αυτής,

ε) νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες ή χρηματοδότηση της τρομοκρατίας, όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 1 της Οδηγίας 2005/60/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 26ης Οκτωβρίου 2005, σχετικά με την πρόληψη της χρησιμοποίησης του χρηματοπιστωτικού συστήματος για τη νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες και τη χρηματοδότηση της τρομοκρατίας (ΕΕ L 309 της 25.11.2005, σ. 15), η οποία ενσωματώθηκε στην εθνική νομοθεσία με το ν. 3691/2008 (Α' 166),

στ) παιδική εργασία και άλλες μορφές εμπορίας ανθρώπων, όπως ορίζονται στο άρθρο 2 της Οδηγίας 2011/36/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 5ης Απριλίου 2011, για την πρόληψη και την καταπολέμηση της εμπορίας ανθρώπων και για την προστασία των θυμάτων της, καθώς και για την αντικατάσταση της απόφασης-πλαίσιο 2002/629/ΔΕΥ του Συμβουλίου (ΕΕ L 101 της 15.4.2011, σ. 1), η οποία ενσωματώθηκε στην εθνική νομοθεσία με το ν. 4198/2013 (Α' 215).

Ο οικονομικός φορέας αποκλείεται, επίσης, όταν το πρόσωπο εις βάρος του οποίου εκδόθηκε τελεσίδικη καταδικαστική απόφαση είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού οργάνου του ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό.

Στις περιπτώσεις εταιρειών περιορισμένης ευθύνης (Ε.Π.Ε.) και προσωπικών εταιρειών (Ο.Ε. και Ε.Ε.) και ΙΚΕ ιδιωτικών κεφαλαιουχικών εταιρειών, η υποχρέωση του προηγούμενου εδαφίου αφορά κατ' ελάχιστον στους διαχειριστές.

Στις περιπτώσεις ανωνύμων εταιρειών (Α.Ε.), η υποχρέωση του προηγούμενου εδαφίου αφορά κατ' ελάχιστον τον Διευθύνοντα Σύμβουλο, καθώς και όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου.

Σε όλες τις υπόλοιπες περιπτώσεις νομικών προσώπων, η υποχρέωση των προηγούμενων εδαφίων αφορά στους νόμιμους εκπροσώπους τους.

2.2.3.2. Όταν ο προσφέρων έχει αθετήσει τις υποχρεώσεις του όσον αφορά στην καταβολή φόρων ή εισφορών κοινωνικής ασφάλισης και αυτό έχει διαπιστωθεί από δικαστική ή διοικητική απόφαση με τελεσίδικη και δεσμευτική ισχύ, σύμφωνα με διατάξεις της χώρας όπου είναι εγκατεστημένος ή την εθνική νομοθεσία ή/και όταν η αναθέτουσα αρχή μπορεί να αποδείξει με τα κατάλληλα μέσα ότι ο προσφέρων έχει αθετήσει τις υποχρεώσεις του όσον αφορά την καταβολή φόρων ή εισφορών κοινωνικής ασφάλισης.

Αν ο προσφέρων είναι Έλληνας πολίτης ή έχει την εγκατάστασή του στην Ελλάδα, οι υποχρεώσεις του που αφορούν τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης καλύπτουν τόσο την κύρια όσο και την επικουρική ασφάλιση.

Δεν αποκλείεται ο προσφέρων οικονομικός φορέας, όταν έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του είτε καταβάλλοντας τους φόρους ή τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης που οφείλει, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δεδουλευμένων τόκων ή των προστίμων είτε υπαγόμενος σε δεσμευτικό διακανονισμό για την καταβολή τους.

2.2.3.3. Αποκλείεται από τη συμμετοχή στη διαδικασία σύναψης της παρούσας σύμβασης, προσφέρων οικονομικός φορέας σε οποιαδήποτε από τις ακόλουθες καταστάσεις:

(α) εάν έχει αθετήσει τις υποχρεώσεις που προβλέπονται στην παρ. 2 του άρθρου 18 του ν. 4412/2016,

(β) εάν τελεί υπό πτώχευση ή έχει υπαχθεί σε διαδικασία εξυγίανσης ή ειδικής **εκκαθάρισης** ή τελεί υπό αναγκαστική διαχείριση από εκκαθαριστή ή από το δικαστήριο ή έχει υπαχθεί σε διαδικασία πτωχευτικού συμβιβασμού ή έχει αναστείλει τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες ή εάν βρίσκεται σε οποιαδήποτε ανάλογη κατάσταση προκύπτουσα από παρόμοια διαδικασία, προβλεπόμενη σε εθνικές διατάξεις νόμου. Η αναθέτουσα αρχή μπορεί να μην αποκλείει έναν οικονομικό φορέα ο οποίος βρίσκεται σε μία εκ των καταστάσεων που αναφέρονται στην περίπτωση αυτή, υπό την προϋπόθεση ότι αποδεικνύει ότι ο εν λόγω φορέας είναι σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση, λαμβάνοντας υπόψη τις ισχύουσες διατάξεις και τα μέτρα για τη συνέχιση της επιχειρηματικής του λειτουργίας,

(γ) υπάρχουν επαρκώς εύλογες ενδείξεις που οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο οικονομικός φορέας σύνηψε συμφωνίες με άλλους οικονομικούς φορείς με στόχο τη στρέβλωση του ανταγωνισμού,

δ) εάν μία κατάσταση σύγκρουσης συμφερόντων κατά την έννοια του άρθρου 24 του ν. 4412/2016 δεν μπορεί να θεραπευθεί αποτελεσματικά με άλλα, λιγότερο παρεμβατικά, μέσα,

(ε) εάν μία κατάσταση στρέβλωσης του ανταγωνισμού από την πρότερη συμμετοχή του οικονομικού φορέα κατά την προετοιμασία της διαδικασίας σύναψης σύμβασης, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 48 του ν. 4412/2016, δεν μπορεί να θεραπευθεί με άλλα, λιγότερο παρεμβατικά, μέσα,

(στ) εάν έχει επιδείξει σοβαρή ή επαναλαμβανόμενη πλημμέλεια κατά την εκτέλεση ουσιώδους απαίτησης στο πλαίσιο προηγούμενης δημόσιας σύμβασης, προηγούμενης σύμβασης με αναθέτοντα φορέα ή προηγούμενης σύμβασης παραχώρησης που είχε ως αποτέλεσμα την πρόωρη καταγγελία της προηγούμενης σύμβασης, αποζημιώσεις ή άλλες παρόμοιες κυρώσεις,

(ζ) εάν έχει κριθεί ένοχος σοβαρών ψευδών δηλώσεων κατά την παροχή των πληροφοριών που απαιτούνται για την εξακρίβωση της απουσίας των λόγων αποκλεισμού ή την πλήρωση των κριτηρίων επιλογής, έχει αποκρύψει τις πληροφορίες αυτές ή δεν είναι σε θέση να προσκομίσει τα δικαιολογητικά που απαιτούνται κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 της παρούσας,

(η) εάν επιχειρήσει να επηρεάσει με αθέμιτο τρόπο τη διαδικασία λήψης αποφάσεων της αναθέτουσας αρχής, να αποκτήσει εμπιστευτικές πληροφορίες που ενδέχεται να του αποφέρουν αθέμιτο πλεονέκτημα στη διαδικασία σύναψης σύμβασης ή να παράσχει εξ αμελείας παραπλανητικές πληροφορίες που ενδέχεται να επηρεάσουν ουσιωδώς τις αποφάσεις που αφορούν τον αποκλεισμό, την επιλογή ή την ανάθεση,

(θ) εάν έχει διαπράξει σοβαρό επαγγελματικό παράπτωμα, το οποίο θέτει εν αμφιβόλω την ακεραιότητά του, για το οποίο του επιβλήθηκε ποινή που του στερεί το δικαίωμα συμμετοχής σε διαδικασία σύναψης σύμβασης δημοσίων έργων και καταλαμβάνει τη συγκεκριμένη διαδικασία.

2.2.3.4. Αποκλείεται, επίσης, προσφέρων οικονομικός φορέας από τη συμμετοχή στη διαδικασία σύναψης της παρούσας σύμβασης εάν συντρέχουν οι προϋποθέσεις εφαρμογής της παρ. 4 του άρθρου 8 του ν. 3310/2005, όπως ισχύει (αμιγώς εθνικός λόγος αποκλεισμού).

2.2.3.5. Ο προσφέρων αποκλείεται σε οποιοδήποτε χρονικό σημείο κατά τη διάρκεια της διαδικασίας σύναψης της παρούσας σύμβασης, όταν αποδεικνύεται ότι βρίσκεται, λόγω πράξεων ή παραλείψεων του, είτε πριν είτε κατά τη διαδικασία, σε μία από τις ως άνω περιπτώσεις

2.2.3.6. Προσφέρων οικονομικός φορέας που εμπίπτει σε μια από τις καταστάσεις που αναφέρονται στις παραγράφους 2.2.3.1 και 2.2.3.3 μπορεί να προσκομίζει στοιχεία προκειμένου να αποδείξει ότι τα μέτρα που έλαβε επαρκούν για να αποδείξουν την αξιοπιστία του, παρότι συντρέχει ο σχετικός λόγος αποκλεισμού (αυτοκάθαρση). Εάν τα στοιχεία κριθούν επαρκή, ο εν λόγω οικονομικός φορέας δεν αποκλείεται από τη διαδικασία σύναψης σύμβασης. Τα μέτρα που λαμβάνονται από τους οικονομικούς φορείς αξιολογούνται σε συνάρτηση με τη σοβαρότητα και τις ιδιαίτερες περιστάσεις του ποινικού αδικήματος ή του παραπτώματος. Αν τα μέτρα κριθούν ανεπαρκή, γνωστοποιείται στον οικονομικό φορέα το σκεπτικό της απόφασης αυτής. Οικονομικός φορέας που έχει αποκλειστεί, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις, με τελεσίδικη απόφαση, σε εθνικό επίπεδο, από τη συμμετοχή σε διαδικασίες σύναψης σύμβασης ή ανάθεσης παραχώρησης δεν μπορεί να κάνει χρήση της ανωτέρω δυνατότητας κατά την περίοδο του αποκλεισμού που ορίζεται στην εν λόγω απόφαση.

2.2.3.7. Η απόφαση για την διαπίστωση της επάρκειας ή μη των επανορθωτικών μέτρων κατά την προηγούμενη παράγραφο εκδίδεται σύμφωνα με τα οριζόμενα στις παρ. 8 και 9 του άρθρου 73 του ν. 4412/2016.

2.2.3.8. Οικονομικός φορέας, στον οποίο έχει επιβληθεί, με την κοινή υπουργική απόφαση του άρθρου 74 του ν. 4412/2016, η ποινή του αποκλεισμού αποκλείεται αυτοδίκαια και από την παρούσα διαδικασία σύναψης της σύμβασης.

2.2.4 Καταλληλότητα άσκησης επαγγελματικής δραστηριότητας

Οι οικονομικοί φορείς που συμμετέχουν στη διαδικασία σύναψης της παρούσας σύμβασης απαιτείται να ασκούν επαγγελματική δραστηριότητα συναφή με το αντικείμενο των προς παροχή υπηρεσιών, ήτοι να δραστηριοποιούνται σε όλες τις ακόλουθες κατηγορίες δραστηριοτήτων σωρευτικά οι οποίες είναι:

- α) υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων,
- β) υπηρεσίες προβολής,
- γ) υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ,
- δ) υπηρεσίες διοργάνωσης εκθέσεων και συνεδρίων.

2.2.5 Οικονομική και χρηματοοικονομική επάρκεια

Όσον αφορά την οικονομική και χρηματοοικονομική επάρκεια για την παρούσα διαδικασία σύναψης σύμβασης, οι οικονομικοί φορείς απαιτείται να διαθέτουν:

α) γενικό ετήσιο κύκλο εργασιών για κάθε ένα από τα έτη 2014, 2015 και 2016 ίσο ή μεγαλύτερο των 400.000,00 €

και

β) μέσο γενικό ετήσιο κύκλο εργασιών των ετών 2014, 2015 και 2016 ίσο ή μεγαλύτερο των 600.000,00 €

και

γ) μέσο "ειδικό²" ετήσιο κύκλο εργασιών για τα έτη 2014, 2015 και 2016 ίσο ή μεγαλύτερο των 300.000,00 €

2.2.6 Τεχνική και επαγγελματική ικανότητα

Όσον αφορά στην τεχνική και επαγγελματική ικανότητα για την παρούσα διαδικασία σύναψης σύμβασης, οι οικονομικοί φορείς απαιτείται:

α) να έχουν σχετική εμπειρία που να αποδεικνύεται από την υλοποίηση έργων αντίστοιχου αντικειμένου με το υπό ανάθεση έργο. Ειδικότερα, απαιτείται να είναι σε θέση να αποδείξουν την υλοποίηση έργων σε όλους τους κάτωθι τομείς, κατά το διάστημα 2012-2016:

- στο σχεδιασμό και υλοποίηση ολοκληρωμένων επικοινωνιακών προγραμμάτων

² Ως «ειδικός» κύκλος εργασιών νοείται ο κύκλος εργασιών του οικονομικού φορέα σε μια χρονική περίοδο ο οποίος σχετίζεται με παραδόσεις / πωλήσεις / παροχές υπηρεσιών στους τομείς που αφορά η παρούσα σύμβαση.

- στο σχεδιασμό και υλοποίηση στρατηγικής προωθητικών ενεργειών
- στο σχεδιασμό και οργάνωση επικοινωνιακών εκδηλώσεων για το ευρύ κοινό ή κατηγορίες κοινού, καθώς και στην οργάνωση εκθέσεων, συνεδρίων, ημερίδων, σεμιναρίων κ.λπ.
- στο σχεδιασμό και υλοποίηση προβολής στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και στο διαδίκτυο
- στο σχεδιασμό και υλοποίηση ενεργειών πληροφόρησης για διάφορες κατηγορίες κοινού
- στο σχεδιασμό δημιουργικών προτάσεων προβολής-προώθησης
- στο σχεδιασμό έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού/διαφημιστικού υλικού

Επιπλέον, οι οικονομικοί φορείς που συμμετέχουν απαιτείται και πρέπει να είναι σε θέση να αποδείξουν την υλοποίηση έργων σε έναν ή περισσότερους από τους προαναφερθέντες τομείς δραστηριοτήτων σε μία τουλάχιστον από τις χώρες-στόχους κατά το διάστημα 2012-2016.

β) κατά τη διάρκεια των ετών 2014, 2015 και 2016, να έχουν εκτελέσει τουλάχιστον 2 συμβάσεις παροχής υπηρεσιών των κατηγοριών δραστηριοτήτων που αναφέρονται στην παρ. 2.2.4, αξίας (άνευ ΦΠΑ) τουλάχιστον 300.000,00 € έκαστη

γ) να διαθέτουν προσωπικό επαρκές σε πλήθος και δεξιότητες για την ανάληψη του έργου. Συγκεκριμένα απαιτούνται κατ' ελάχιστον τα ακόλουθα:

Η Ομάδα Έργου θα πρέπει να απαρτίζεται από επαρκή αριθμό στελεχών, ώστε να καλυφθούν οι απαιτήσεις του έργου. Τα εν λόγω στελέχη θα πρέπει να διαθέτουν εργασιακή εμπειρία σε πεδία συναφή με το αντικείμενο του έργου (επικοινωνιακή στρατηγική, μάρκετινγκ, προβολή και πληροφόρηση, σχεδιασμός έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού/διαφημιστικού υλικού κ.λπ.) κι ένα τουλάχιστον στέλεχος, εργασιακή εμπειρία σε υλοποίηση έργων σχετικών με την προώθηση-προβολή γεωργικών προϊόντων / τροφίμων.

Ο προσφέρων είναι δυνατόν στο οργανωτικό σχήμα που θα προτείνει να συμπεριλάβει και εξωτερικούς συνεργάτες σε διάφορα επιμέρους ζητήματα γνωστικού αντικείμενου, λαμβάνοντας υπόψη και τα αναφερόμενα στην παράγραφο 2.2.7 (Στήριξη στην ικανότητα τρίτων).

Η στελέχωση της Ομάδας Έργου του Αναδόχου, θα διαθέτει κατ' ελάχιστον την παρακάτω δομή:

- Υπεύθυνο Έργου (ΥΕ), ο οποίος θα ηγηθεί της Ομάδας Έργου και θα κατέχει συντονιστικό ρόλο, και τη συνολική ευθύνη των εργασιών του Αναδόχου. Ο ΥΕ θα πρέπει κατ' ελάχιστον: να είναι πτυχιούχος Πανεπιστημιακής Εκπαίδευσης, με 5ετή εμπειρία σε αντικείμενα και τομείς που έχουν άμεση συνάφεια με το υπό ανάθεση έργο και να έχει αναλάβει το συντονισμό τουλάχιστον ενός (1) έργου παροχής υπηρεσιών αντίστοιχου μεγέθους και πολυπλοκότητας. Ο ΥΕ θα έχει την ευθύνη εκπροσώπησης του Αναδόχου έναντι της Αναθέτουσας Αρχής. Ο ΥΕ θα πρέπει να διαθέτει ιδιαίτερες γνώσεις και ικανότητες ως προς την υλοποίηση του υπό ανάθεση έργου, όπως και ικανότητες σύνθεσης και οργάνωσης, προκειμένου να καθοδηγήσει και να συντονίσει το σύνολο των προσφερομένων υπηρεσιών από τον Ανάδοχο.
- Αναπληρωτή Υπευθύνου Έργου (ΑΥΕ), ο οποίος θα έχει τη δυνατότητα να αναπληρώνει πλήρως στα καθήκοντά του τον ΥΕ. Ο ΑΥΕ θα πρέπει να διαθέτει τα ίδια προσόντα με τον ΥΕ, όπως αυτά αναφέρονται παραπάνω. Ο ΑΥΕ θα έχει την ευθύνη αναπλήρωσης του ΥΕ στην εκπροσώπηση του Αναδόχου έναντι της Αναθέτουσας Αρχής.
- Υπεύθυνο χώρας-στόχου (ΗΠΑ, Καναδά), διαφορετικό πρόσωπο για κάθε χώρα-στόχο. Κάθε υπεύθυνος χώρας-στόχου θα πρέπει να διαθέτει κατ' ελάχιστον τριετή εμπειρία σε πεδία συναφή με το αντικείμενο του έργου (επικοινωνιακή στρατηγική, μάρκετινγκ, προβολή και πληροφόρηση, σχεδιασμός έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού/διαφημιστικού υλικού κ.λπ.) και αποδεδειγμένα κατ' ελάχιστον καλή γνώση (επίπεδο B2 βάσει του Κοινού Ευρωπαϊκού Πλαισίου Αναφοράς για τις Γλώσσες) της αγγλικής γλώσσας για τις ΗΠΑ και της αγγλικής και γαλλικής γλώσσας για τον Καναδά.

- Τουλάχιστον ένα (1) μέλος της Ομάδας Έργου το οποίο να διαθέτει κατ' ελάχιστον τριετή εμπειρία σε πεδία συναφή με το αντικείμενο του έργου (επικοινωνιακή στρατηγική, μάρκετινγκ, προβολή και πληροφόρηση, σχεδιασμός έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού/διαφημιστικού υλικού κ.λπ.).

2.2.7 Στήριξη στην ικανότητα τρίτων

Οι οικονομικοί φορείς μπορούν, όσον αφορά τα κριτήρια της οικονομικής και χρηματοοικονομικής επάρκειας (της παραγράφου 2.2.5) και τα σχετικά με την τεχνική και επαγγελματική ικανότητα (της παραγράφου 2.2.6), να στηρίζονται στις ικανότητες άλλων φορέων, ασχέτως της νομικής φύσης των δεσμών τους με αυτούς³. Στην περίπτωση αυτή, αποδεικνύουν ότι θα έχουν στη διάθεσή τους τους αναγκαίους πόρους, με την προσκόμιση της σχετικής δέσμευσης των φορέων στην ικανότητα των οποίων στηρίζονται.

Ειδικά, όσον αφορά στα κριτήρια επαγγελματικής ικανότητας που σχετίζονται με τους τίτλους σπουδών και τα επαγγελματικά προσόντα που ορίζονται στην περίπτωση στ' του Μέρους II του Παραρτήματος XII του Προσαρτήματος Α' του ν. 4412/2016 ή με την σχετική επαγγελματική εμπειρία, οι οικονομικοί φορείς, μπορούν να στηρίζονται στις ικανότητες άλλων φορέων, μόνο, εάν οι τελευταίοι θα εκτελέσουν τις εργασίες ή τις υπηρεσίες για τις οποίες απαιτούνται οι συγκεκριμένες ικανότητες.

Όταν οι οικονομικοί φορείς στηρίζονται στις ικανότητες άλλων φορέων όσον αφορά τα κριτήρια που σχετίζονται με την απαιτούμενη με τη διακήρυξη οικονομική και χρηματοοικονομική επάρκεια, οι εν λόγω οικονομικοί φορείς και αυτοί στους οποίους στηρίζονται είναι από κοινού υπεύθυνοι για την εκτέλεση της σύμβασης.

Υπό τους ίδιους όρους οι ενώσεις οικονομικών φορέων μπορούν να στηρίζονται στις ικανότητες των συμμετεχόντων στην ένωση ή άλλων φορέων.

2.2.8 Κανόνες απόδειξης ποιοτικής επιλογής

2.2.8.1 Προκαταρκτική απόδειξη κατά την υποβολή προσφορών

Προς προκαταρκτική απόδειξη ότι οι προσφέροντες οικονομικοί φορείς: α) δεν βρίσκονται σε μία από τις καταστάσεις της παραγράφου 2.2.3 και β) πληρούν τα σχετικά κριτήρια επιλογής των παραγράφων 2.2.4, 2.2.5 και 2.2.6 της παρούσης, προσκομίζουν κατά την υποβολή της προσφοράς τους, ως δικαιολογητικό συμμετοχής, το προβλεπόμενο από το άρθρο 79 παρ. 1 και 3 του ν. 4412/2016 Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Σύμβασης (ΕΕΕΣ), σύμφωνα με το επισυναπτόμενο στην παρούσα Παράρτημα III, το οποίο αποτελεί ενημερωμένη υπεύθυνη δήλωση, με τις συνέπειες του ν. 1599/1986. Το ΕΕΕΣ⁴ καταρτίζεται βάσει του τυποποιημένου εντύπου του Παραρτήματος 2 του Κανονισμού (ΕΕ) 2016/7 και συμπληρώνεται από τους προσφέροντες οικονομικούς φορείς σύμφωνα με τις οδηγίες του Παραρτήματος 1⁵.

2.2.8.2 Αποδεικτικά μέσα

A. Το δικαίωμα συμμετοχής των οικονομικών φορέων και οι όροι και προϋποθέσεις συμμετοχής τους, όπως ορίζονται στις παραγράφους 2.2.1 έως 2.2.7, κρίνονται κατά την υποβολή της προσφοράς, κατά την υποβολή των δικαιολογητικών της παρούσας και κατά τη σύναψη της σύμβασης στις περιπτώσεις του άρθρου 105 παρ. 3 περ. γ του ν. 4412/2016.

Στην περίπτωση που προσφέρων οικονομικός φορέας ή ένωση αυτών στηρίζεται στις ικανότητες άλλων φορέων, σύμφωνα με την παράγραφο 2.2.7. της παρούσας, οι φορείς στην ικανότητα των οποίων

³ Πρβλ άρθρο 78 παρ.1 του ν. 4412/2016. Δύνανται, επίσης, να στηρίζονται και στις ικανότητες του/ των υπεργολάβων, στους οποίους προτίθενται να αναθέσουν την εκτέλεση τμήματος/ τμημάτων της υπό ανάθεσης σύμβασης

⁴ Το ΕΕΕΣ περιλαμβάνει τα ακόλουθα Μέρη: Μέρος I Πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία σύναψης σύμβασης και την αναθέτουσα αρχή, Μέρος II Πληροφορίες σχετικά με τον οικονομικό φορέα, Μέρος III Κριτήρια αποκλεισμού, Μέρος IV Κριτήρια Επιλογής, ..., Μέρος VI Τελικές δηλώσεις.

⁵ Στην ηλεκτρονική διεύθυνση http://www.eprocurement.gov.gr/webcenter/files/anakinoseis/eees_odigies.pdf, αναρτώνται οδηγίες για την ηλεκτρονική συμπλήρωση του ΕΕΕΣ και συμβουλές σχετικά με τη χρήση της υπηρεσίας eΕΕΕΣ.

στηρίζεται υποχρεούνται στην υποβολή των δικαιολογητικών που αποδεικνύουν ότι δεν συντρέχουν οι λόγοι αποκλεισμού της παραγράφου 2.2.3 της παρούσας και ότι πληρούν τα σχετικά κριτήρια επιλογής κατά περίπτωση (παράγραφοι 2.2.4-2.2.7).

Ο οικονομικός φορέας υποχρεούται να αντικαταστήσει έναν φορέα στην ικανότητα του οποίου στηρίζεται, εφόσον ο τελευταίος δεν πληροί το σχετικό κριτήριο επιλογής ή για τον οποίο συντρέχουν λόγοι αποκλεισμού των παραγράφων 2.2.3.1 και 2.2.3.2.

Οι οικονομικοί φορείς δεν υποχρεούνται να υποβάλλουν δικαιολογητικά ή άλλα αποδεικτικά στοιχεία, αν και στο μέτρο που η αναθέτουσα αρχή έχει τη δυνατότητα να λαμβάνει τα πιστοποιητικά ή τις συναφείς πληροφορίες απευθείας μέσω πρόσβασης σε εθνική βάση δεδομένων σε οποιοδήποτε κράτος - μέλος της Ένωσης, η οποία διατίθεται δωρεάν, όπως εθνικό μητρώο συμβάσεων, εικονικό φάκελο επιχείρησης, ηλεκτρονικό σύστημα αποθήκευσης εγγράφων ή σύστημα προεπιλογής. Η δήλωση για την πρόσβαση σε εθνική βάση δεδομένων εμπεριέχεται στο Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Σύμβασης (ΕΕΕΣ).

Οι οικονομικοί φορείς δεν υποχρεούνται να υποβάλουν δικαιολογητικά, όταν η αναθέτουσα αρχή που έχει αναθέσει τη σύμβαση διαθέτει ήδη τα ως άνω δικαιολογητικά και αυτά εξακολουθούν να ισχύουν.

Β. 1. Για την απόδειξη της μη συνδρομής των λόγων αποκλεισμού της παραγράφου 2.2.3 οι προσφέροντες οικονομικοί φορείς προσκομίζουν αντίστοιχα τα παρακάτω ως δικαιολογητικά⁶ προσωρινού Αναδόχου (πριν την κατακύρωση της σύμβασης):

α) για την παράγραφο 2.2.3.1 απόσπασμα του σχετικού μητρώου, όπως του ποινικού μητρώου ή, ελλείψει αυτού, ισοδύναμο έγγραφο που εκδίδεται από αρμόδια δικαστική ή διοικητική αρχή του κράτους-μέλους ή της χώρας καταγωγής ή της χώρας όπου είναι εγκατεστημένος ο οικονομικός φορέας, από το οποίο προκύπτει ότι πληρούνται αυτές οι προϋποθέσεις. Η υποχρέωση προσκόμισης του ως άνω αποσπάσματος αφορά και στα μέλη του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού οργάνου του εν λόγω οικονομικού φορέα ή στα πρόσωπα που έχουν εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό κατά τα ειδικότερα αναφερόμενα στην ως άνω παράγραφο,

β) για την παράγραφο 2.2.3.2 πιστοποιητικό που εκδίδεται από την αρμόδια αρχή του οικείου κράτους - μέλους ή χώρας. Επιπλέον, προσκομίζεται υπεύθυνη δήλωση αναφορικά με τους οργανισμούς κοινωνικής ασφάλισης, κύριας και επικουρικής, στους οποίους υπάρχει υποχρέωση καταβολής εισφορών.

Αν το κράτος-μέλος ή η εν λόγω χώρα δεν εκδίδει τέτοιου είδους έγγραφο ή πιστοποιητικό ή όπου το έγγραφο ή το πιστοποιητικό αυτό δεν καλύπτει όλες τις περιπτώσεις που αναφέρονται στις παραγράφους 2.2.3.1 και 2.2.3.2, το έγγραφο ή το πιστοποιητικό μπορεί να αντικαθίσταται από ένορκη βεβαίωση ή, στα κράτη - μέλη ή στις χώρες όπου δεν προβλέπεται ένορκη βεβαίωση, από υπεύθυνη δήλωση του ενδιαφερομένου ενώπιον αρμόδιας δικαστικής ή διοικητικής αρχής, συμβολαιογράφου ή αρμόδιου

⁶ Σχετικά με την κατάργηση της υποχρέωσης υποβολής πρωτοτύπων ή επικυρωμένων αντιγράφων εγγράφων σε διαγωνισμούς δημοσίων συμβάσεων διευκρινίζονται τα εξής:

1. Απλά αντίγραφα δημοσίων εγγράφων:

Γίνονται υποχρεωτικά αποδεκτά ευκρινή φωτοαντίγραφα των πρωτοτύπων ή των ακριβών αντιγράφων των δημοσίων εγγράφων, που έχουν εκδοθεί από τις υπηρεσίες και τους φορείς της περίπτωσης α' της παρ. 2 του άρθρου 1 του νόμου 4250/2014. Σημειωτέον ότι η παραπάνω ρύθμιση δεν καταλαμβάνει τα συμβολαιογραφικά έγγραφα (λ.χ. πληρεξούσια, ένορκες βεβαιώσεις κ.ο.κ.), για τα οποία συνεχίζει να υφίσταται η υποχρέωση υποβολής κεκυρωμένων αντιγράφων.

2. Απλά αντίγραφα αλλοδαπών δημοσίων εγγράφων:

Επίσης, γίνονται αποδεκτά ευκρινή φωτοαντίγραφα από αντίγραφα εγγράφων που έχουν εκδοθεί από αλλοδαπές αρχές, υπό την προϋπόθεση ότι αυτά είναι νομίμως επικυρωμένα από την αρμόδια αρχή της χώρας αυτής, και έχουν επικυρωθεί από δικηγόρο, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 36 παρ. 2 β) του Κώδικα Δικηγόρων (Ν4194/2013). Σημειώνεται ότι δεν θίγονται και εξακολουθούν να ισχύουν, οι απαιτήσεις υποβολής δημοσίων εγγράφων με συγκεκριμένη επισήμειωση (APOSTILLE), οι οποίες απορρέουν από διεθνείς συμβάσεις της χώρας (Σύμβαση της Χάγης) ή άλλες διακρατικές συμφωνίες (βλ. και σημείο 6.2.).

3. Απλά αντίγραφα ιδιωτικών εγγράφων:

Γίνονται υποχρεωτικά αποδεκτά ευκρινή φωτοαντίγραφα από αντίγραφα ιδιωτικών εγγράφων τα οποία έχουν επικυρωθεί από δικηγόρο, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 36 παρ. 2 β) του Κώδικα Δικηγόρων (Ν 4194/2013), καθώς και ευκρινή φωτοαντίγραφα από τα πρωτότυπα όσων ιδιωτικών εγγράφων φέρουν θεώρηση από υπηρεσίες και φορείς της περίπτωσης α' της παρ. 2 του άρθρου 1 του νόμου 4250/2014.

4. Πρωτότυπα έγγραφα και επικυρωμένα αντίγραφα

Γίνονται υποχρεωτικά αποδεκτά και πρωτότυπα ή νομίμως επικυρωμένα αντίγραφα των δικαιολογητικών εγγράφων, εφόσον υποβληθούν από τους διαγωνιζόμενους.

επαγγελματικού ή εμπορικού οργανισμού του κράτους - μέλους ή της χώρας καταγωγής ή της χώρας όπου είναι εγκατεστημένος ο οικονομικός φορέας.

Οι αρμόδιες δημόσιες αρχές παρέχουν, όπου κρίνεται αναγκαίο, επίσημη δήλωση στην οποία αναφέρεται ότι δεν εκδίδονται τα έγγραφα ή τα πιστοποιητικά της παρούσας παραγράφου ή ότι τα έγγραφα αυτά δεν καλύπτουν όλες τις περιπτώσεις που αναφέρονται στις παραγράφους 2.2.3.1 και 2.2.3.2.

γ) για την παράγραφο 2.2.3.4, δικαιολογητικά ονομαστικοποίησης των μετοχών, εφόσον ο προσωρινός ανάδοχος είναι ανώνυμη εταιρία . [Εξαιρούνται της υποχρέωσης αυτής οι εταιρείες που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο της χώρας εγκατάστασής τους και υποβάλλουν περί τούτου υπεύθυνη δήλωση του νόμιμου εκπροσώπου τους]:

Ειδικότερα ο προσωρινός ανάδοχος υποβάλλει πιστοποιητικό αρμόδιας αρχής του κράτους της έδρας, από το οποίο να προκύπτει ότι οι μετοχές είναι ονομαστικές, καθώς και αναλυτική κατάσταση με τα στοιχεία των μετόχων της εταιρείας και τον αριθμό των μετοχών κάθε μετόχου (μετοχολόγιο), όπως τα στοιχεία αυτά είναι καταχωρημένα στο βιβλίο μετόχων της εταιρείας, το πολύ τριάντα εργάσιμες ημέρες πριν από την ημέρα υποβολής της προσφοράς.

Εάν ο προσωρινός ανάδοχος είναι αλλοδαπή ανώνυμη εταιρία, και εφόσον έχει, κατά το δίκαιο της έδρας της, ονομαστικές μετοχές προσκομίζει πιστοποιητικό αρμόδιας αρχής του κράτους της έδρας, από το οποίο να προκύπτει ότι οι μετοχές είναι ονομαστικές, αναλυτική κατάσταση μετόχων, με αριθμό των μετοχών του κάθε μετόχου, όπως τα στοιχεία αυτά είναι καταχωρημένα στο βιβλίο μετόχων της εταιρείας με ημερομηνία το πολύ 30 εργάσιμες ημέρες πριν την υποβολή της προσφοράς ή κάθε άλλο στοιχείο από το οποίο να προκύπτει η ονομαστικοποίηση μέχρι φυσικού προσώπου των μετοχών, που έχει συντελεστεί τις τελευταίες 30 (τριάντα) εργάσιμες ημέρες πριν την υποβολή της προσφοράς.

Σε διαφορετική περίπτωση, δηλαδή εφόσον κατά το δίκαιο της χώρας στην οποία έχει την έδρα της δεν έχει ονομαστικές μετοχές, υποβάλλει βεβαίωση περί μη υποχρέωσης ονομαστικοποίησης των μετοχών από αρμόδια αρχή, εφόσον υπάρχει σχετική πρόβλεψη, διαφορετικά προσκομίζει υπεύθυνη δήλωση του διαγωνιζόμενου, έγκυρη και ενημερωμένη κατάσταση μετόχων που κατέχουν τουλάχιστον 1% των μετοχών και αν δεν τηρείται τέτοια κατάσταση, σχετική κατάσταση μετόχων (με 1%), σύμφωνα με την τελευταία Γενική Συνέλευση, αν οι μέτοχοι αυτοί είναι γνωστοί στην εταιρεία. Αν δεν προσκομισθεί κατάσταση κατά τα ανωτέρω, η εταιρεία αιτιολογεί τους λόγους που οι μέτοχοι αυτοί δεν της είναι γνωστοί.

Η αναθέτουσα αρχή δεν υπεισέρχεται στην κρίση της ως άνω αιτιολογίας. Δύναται, ωστόσο, να αποδείξει τη δυνατότητα υποβολής της κατάστασης μετόχων, και μόνο στην περίπτωση αυτή η εταιρεία αποκλείεται από την παρούσα διαδικασία.

Περαιτέρω, πριν την υπογραφή της σύμβασης υποβάλλεται η υπεύθυνη δήλωση της κοινής απόφασης των Υπουργών Ανάπτυξης και Επικρατείας 20977/23-8-2007 (Β' 1673) «*Δικαιολογητικά για την τήρηση των μητρώων του ν. 3310/2005 όπως τροποποιήθηκε με το ν. 3414/2005*».και

δ) για την παράγραφο 2.2.3.8. υπεύθυνη δήλωση του προσφέροντος οικονομικού φορέα ενώπιον αρμόδιας δικαστικής ή διοικητικής αρχής, συμβολαιογράφου ή αρμόδιου επαγγελματικού ή εμπορικού οργανισμού του κράτους - μέλους ή της χώρας καταγωγής ή της χώρας εγκατάστασής του ότι δεν έχει εκδοθεί σε βάρος του απόφαση αποκλεισμού, σύμφωνα με το άρθρο 74 του ν. 4412/2016.

Β.2. Για την απόδειξη της απαίτησης της παραγράφου 2.2.4. (απόδειξη καταλληλότητας για την άσκηση επαγγελματικής δραστηριότητας) προσκομίζουν ως δικαιολογητικά προσωρινού Αναδόχου (πριν την κατακύρωση της σύμβασης) έγγραφο αρμόδιας υπηρεσίας, από το οποίο να προκύπτουν οι ενεργοί κωδικοί αριθμοί δραστηριότητας (ΚΑΔ) του οικονομικού φορέα. Εάν ο οικονομικός φορέας, για βασίμο λόγο που σχετίζεται με τη χώρα εγκατάστασής του, δεν είναι σε θέση να προσκομίσει τα ανωτέρω δικαιολογητικά, μπορεί να αποδεικνύει την επαγγελματική του επάρκεια με οποιοδήποτε άλλο κατάλληλο έγγραφο.

Β.3. Για την απόδειξη της οικονομικής και χρηματοοικονομικής επάρκειας της παραγράφου 2.2.5 οι οικονομικοί φορείς προσκομίζουν (με την προσφορά τους):

α) Ισολογισμούς των τριών (3) τελευταίων ετών (2014, 2015 και 2016) για όσους έχουν νομική υποχρέωση σύνταξης ισολογισμού, άλλως οικονομικά στοιχεία των τριών τελευταίων ετών (π.χ. φορολογικές δηλώσεις) συναρτήσει της ημερομηνίας δημιουργίας του οικονομικού φορέα.

β) Δήλωση του κύκλου εργασιών των τριών (3) τελευταίων ετών (2014, 2015 και 2016) και κύκλου εργασιών στον τομέα δραστηριοτήτων που αποτελεί το αντικείμενο της σύμβασης, συναρτήσει της ημερομηνίας δημιουργίας του οικονομικού φορέα.

Εάν ο οικονομικός φορέας, για βάσιμο λόγο, δεν είναι σε θέση να προσκομίσει τα ανωτέρω δικαιολογητικά, μπορεί να αποδεικνύει την οικονομική και χρηματοοικονομική του επάρκεια με οποιοδήποτε άλλο κατάλληλο έγγραφο.

B.4. Για την απόδειξη της τεχνικής ικανότητας της παραγράφου 2.2.6 οι οικονομικοί φορείς προσκομίζουν:

α) Ως δικαιολογητικά που περιλαμβάνονται στην τεχνική προσφορά του οικονομικού φορέα, για τα έργα που περιλαμβάνονται στο ΕΕΕΣ, Πίνακα με συνοπτική περιγραφή έργων που ανέλαβε και ολοκλήρωσε κατά το διάστημα 2012-2016, από τον οποίο να προκύπτει η εμπειρία του στους τομείς της περίπτωσης 2.2.6.α και η ικανοποίηση της απαίτησης 2.2.6.β (Πελάτης και χρονολογία ανάληψης και ολοκλήρωσης του έργου, Διάρκεια και προϋπολογισμός του έργου, Αντικείμενο του έργου, Ρόλος του Προσφέροντος (π.χ. κύριος συμβαλλόμενος ή υπεργολάβος), ειδικό αντικείμενο συμμετοχής, άλλοι συμμετέχοντες, ποσοστό συμμετοχής του Προσφέροντος (σε οικονομικά μεγέθη)).

β) Ως δικαιολογητικά που περιλαμβάνονται στην τεχνική προσφορά του οικονομικού φορέα, βιογραφικά σημειώματα με αναφορά κυρίως στους τίτλους σπουδών και επαγγελματικών προσόντων των στελεχών που θα απαρτίζουν την Ομάδα Έργου, σύμφωνα με το υπόδειγμα του Παραρτήματος IV.

γ) Ως δικαιολογητικά προσωρινού Αναδόχου (πριν την κατακύρωση της σύμβασης) κατάλογο των εργασιών που εκτελέστηκαν ή παραδόθηκαν κατά την τελευταία πενταετία οι οποίες αναφέρονται στο ΕΕΕΣ που υποβάλλεται ως δικαιολογητικό συμμετοχής με την προσφορά του οικονομικού φορέα, συνοδευόμενος από πιστοποιητικά ορθής εκτέλεσης και ολοκλήρωσης όλων των εργασιών. Για την απόδειξη των παραδόσεων για έργα που δηλώνονται στο ΕΕΕΣ, υποβάλλονται πιστοποιητικά και βεβαιώσεις ορθής εκτέλεσης των έργων. Για έργα στα οποία πελάτης είναι δημόσιος φορέας, υποβάλλονται πιστοποιητικά βεβαίωσης ολοκλήρωσης ή αντίγραφα συμβάσεων ή πρωτόκολλα ολοκλήρωσης και οριστικής παραλαβής, στα οποία θα περιλαμβάνονται τα στοιχεία της Υπηρεσίας / Εργασίας, αρμοδίως συντεταγμένα και υπογεγραμμένα από την αρμόδια Δημόσια Αρχή. Για έργα στα οποία πελάτης είναι ιδιωτικός φορέας υποβάλλονται σχετικές βεβαιώσεις – συστατικές επιστολές των ιδιωτικών φορέων, υπογεγραμμένη από νόμιμο εκπρόσωπό του ή κατάλληλα εξουσιοδοτημένο πρόσωπο, για την επιτυχή υλοποίηση της Υπηρεσίας / Εργασίας. Σε περίπτωση αδυναμίας προσκόμισης αυτών, δήλωση του οικονομικού φορέα περί της αλήθειας των δηλούμενων στοιχείων και της άρτιας και επιτυχούς ολοκλήρωσης των υπηρεσιών που παρείχε, ψηφιακά υπογεγραμμένης.

B.5. Για την απόδειξη της νόμιμης σύστασης και εκπροσώπησης, στις περιπτώσεις που ο οικονομικός φορέας είναι νομικό πρόσωπο, προσκομίζει ως δικαιολογητικά προσωρινού Αναδόχου (πριν την κατακύρωση της σύμβασης), τα κατά περίπτωση νομιμοποιητικά έγγραφα σύστασης και νόμιμης εκπροσώπησης (όπως καταστατικά, πιστοποιητικά μεταβολών, αντίστοιχα ΦΕΚ, συγκρότηση Δ.Σ. σε σώμα, σε περίπτωση Α.Ε., κλπ., ανάλογα με τη νομική μορφή του διαγωνιζομένου). Από τα ανωτέρω έγγραφα πρέπει να προκύπτουν η νόμιμη σύστασή του, όλες οι σχετικές τροποποιήσεις των καταστατικών, το/τα πρόσωπο/α που δεσμεύει/ουν νόμιμα την εταιρία κατά την ημερομηνία διενέργειας του διαγωνισμού (νόμιμος εκπρόσωπος, δικαίωμα υπογραφής κλπ.), τυχόν τρίτοι, στους οποίους έχει χορηγηθεί εξουσία εκπροσώπησης, καθώς και η θητεία του/των ή/και των μελών του οργάνου διοίκησης/ νόμιμου εκπροσώπου.

B.6. Οι οικονομικοί φορείς που είναι εγγεγραμμένοι σε επίσημους καταλόγους που προβλέπονται από τις εκάστοτε ισχύουσες εθνικές διατάξεις ή διαθέτουν πιστοποίηση από οργανισμούς πιστοποίησης που συμμορφώνονται με τα ευρωπαϊκά πρότυπα πιστοποίησης, κατά την έννοια του Παραρτήματος VII του Προσαρτήματος Α' του ν. 4412/2016, μπορούν να προσκομίζουν στις αναθέτουσες αρχές πιστοποιητικό εγγραφής εκδιδόμενο από την αρμόδια αρχή ή το πιστοποιητικό που εκδίδεται από τον αρμόδιο οργανισμό πιστοποίησης.

Στα πιστοποιητικά αυτά αναφέρονται τα δικαιολογητικά βάσει των οποίων έγινε η εγγραφή των εν λόγω οικονομικών φορέων στον επίσημο κατάλογο ή η πιστοποίηση και η κατάταξη στον εν λόγω κατάλογο.

Η πιστοποιούμενη εγγραφή στους επίσημους καταλόγους από τους αρμόδιους οργανισμούς ή το πιστοποιητικό, που εκδίδεται από τον οργανισμό πιστοποίησης, συνιστά τεκμήριο καταλληλότητας όσον αφορά τις απαιτήσεις ποιοτικής επιλογής, τις οποίες καλύπτει ο επίσημος κατάλογος ή το πιστοποιητικό.

Οι οικονομικοί φορείς που είναι εγγεγραμμένοι σε επίσημους καταλόγους απαλλάσσονται από την υποχρέωση υποβολής των δικαιολογητικών που αναφέρονται στο πιστοποιητικό εγγραφής τους.

B.7. Οι ενώσεις οικονομικών φορέων που υποβάλλουν κοινή προσφορά, υποβάλλουν τα παραπάνω, κατά περίπτωση δικαιολογητικά, για κάθε οικονομικό φορέα που συμμετέχει στην ένωση, σύμφωνα με τα ειδικότερα προβλεπόμενα στο άρθρο 19 παρ. 2 του ν. 4412/2016.

B.8. Στην περίπτωση που οικονομικός φορέας επιθυμεί να στηριχθεί στις ικανότητες άλλων φορέων, σύμφωνα με την παράγραφο 2.2.7 για την απόδειξη ότι θα έχει στη διάθεσή του τους αναγκαίους πόρους, προσκομίζει, ιδίως, σχετική έγγραφη δέσμευση των φορέων αυτών για τον σκοπό αυτό.⁷

2.3 Κριτήρια Ανάθεσης

2.3.1 Κριτήριο ανάθεσης

Κριτήριο ανάθεσης της Σύμβασης είναι η πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά βάσει βέλτιστης σχέσης ποιότητας – τιμής, η οποία εκτιμάται βάσει των κάτωθι κριτηρίων:

I. Τεχνική αξιολόγηση της προσφοράς (80%)

ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΟΜΑΔΑ Α: Αντίληψη για το έργο και Μεθοδολογία υλοποίησης του έργου		
A1	Αντίληψη για το έργο, κατανόηση των απαιτήσεων και των ιδιαιτεροτήτων του	20%
A2	Σαφήνεια της μεθοδολογίας υλοποίησης του Έργου (επαρκής ανάλυση-εξειδίκευση της καταλληλότητας και αποτελεσματικότητας αυτής)	45%
ΑΘΡΟΙΣΜΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ ΟΜΑΔΑΣ Α: 65%		
ΟΜΑΔΑ Β : Οργάνωση Υλοποίησης του έργου		
B1	Σύστημα διοίκησης του έργου και οργανωτική αποτελεσματικότητα της Ομάδας Έργου	35%
ΑΘΡΟΙΣΜΑ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ ΟΜΑΔΑΣ Β: 35%		
ΑΘΡΟΙΣΜΑ ΣΥΝΟΛΟΥ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ ΒΑΡΥΤΗΤΑΣ		100%

Η βαθμολογία κάθε κριτηρίου θα προκύψει από την ανάλυση των σχετικών ενοτήτων της τεχνικής προσφοράς του οικονομικού φορέα, όπως περιγράφεται στην παρ. 2.4.3.2.

II. Αξιολόγηση οικονομικής προσφοράς (20%)

⁷ Πρβλ. άρθρο 78 παρ. 1/ 80 παρ. 1 ν. 4412/2016. Η ως άνω δέσμευση θα μπορούσε να προκύπτει από ιδιωτικό συμφωνητικό μεταξύ προσφέροντος και τρίτου, στις ικανότητες του οποίου στηρίζεται, ή από οποιοδήποτε άλλο κατάλληλο μέσο

2.3.2 Βαθμολόγηση και κατάταξη προσφορών

Η βαθμολόγηση κάθε κριτηρίου αξιολόγησης κυμαίνεται από 100 βαθμούς στην περίπτωση που ικανοποιούνται ακριβώς όλοι οι όροι των τεχνικών προδιαγραφών, αυξάνεται δε μέχρι τους 120 βαθμούς όταν υπερκαλύπτονται οι απαιτήσεις του συγκεκριμένου κριτηρίου.

Κάθε κριτήριο αξιολόγησης βαθμολογείται αυτόνομα με βάση τα στοιχεία της προσφοράς.

Η σταθμισμένη βαθμολογία του κάθε κριτηρίου θα προκύπτει από το γινόμενο του επιμέρους συντελεστή βαρύτητας επί τη βαθμολογία του, η δε συνολική βαθμολογία της προσφοράς θα προκύπτει από το άθροισμα των σταθμισμένων βαθμολογιών όλων των κριτηρίων.

Ο συνολικός βαθμός της τεχνικής αξιολόγησης κάθε διαγωνιζόμενου υπολογίζεται από την παρακάτω σχέση:

$$T_{ai} = (U_{ti} \times \beta_i) + (U_{t_{ii}} \times \beta_{ii}) + (U_{t_{iii}} \times \beta_{iii}) \text{ όπου :}$$

T_{ai} = ο συνολικός βαθμός της τεχνικής προσφοράς του διαγωνιζόμενου,

U_t = ο βαθμός του κριτηρίου και

β = ο συντελεστής βαρύτητας του κριτηρίου

Ο τελικός βαθμός αξιολόγησης T_i υπολογίζεται από τον τύπο:

$$T_i = 100 \times [80 \times (T_{ai} / T_{amax}) + 20 \times (OP_{min} / OP_i)]$$

όπου:

T_i : ο τελικός βαθμός αξιολόγησης της προσφοράς i

T_{ai} : ο βαθμός τεχνικής αξιολόγησης της προσφοράς i

T_{amax} : ο μέγιστος βαθμός τεχνικής αξιολόγησης που έλαβε υποβληθείσα προσφορά

OP_{min} : το κόστος της χαμηλότερης οικονομικής προσφοράς

OP_i : το κόστος της προσφοράς i

2.4 Κατάρτιση - Περιεχόμενο Προσφορών

2.4.1 Γενικοί όροι υποβολής προσφορών

Οι προσφορές υποβάλλονται με βάση τις απαιτήσεις που ορίζονται στη Διακήρυξη, για όλες τις περιγραφόμενες υπηρεσίες. Οι οικονομικοί φορείς που υποβάλλουν προσφορά ή συμμετέχουν ως μέλος ένωσης οικονομικών φορέων σε προσφορά, δεν επιτρέπεται να υποβάλλουν ξεχωριστή προσφορά ή να συμμετέχουν ως μέλος ένωσης οικονομικών φορέων σε διαδικασία σύναψης σύμβασης για την παροχή υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της Φέτας ΠΟΠ στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά.

Δεν επιτρέπονται εναλλακτικές προσφορές.

Η ένωση οικονομικών φορέων υποβάλλει κοινή προσφορά, η οποία υπογράφεται υποχρεωτικά ηλεκτρονικά είτε από όλους τους οικονομικούς φορείς που αποτελούν την ένωση, είτε από εκπρόσωπό τους νομίμως εξουσιοδοτημένο. Στην προσφορά απαραίτητως πρέπει να προσδιορίζεται η έκταση και το είδος της συμμετοχής του (συμπεριλαμβανομένης της κατανομής αμοιβής μεταξύ τους) κάθε μέλους της ένωσης, καθώς και ο εκπρόσωπος/συντονιστής αυτής.

2.4.2 Χρόνος και Τρόπος υποβολής προσφορών

2.4.2.1. Οι προσφορές υποβάλλονται από τους ενδιαφερόμενους ηλεκτρονικά, μέσω της διαδικτυακής πύλης www.promitheus.gov.gr του ΕΣΗΔΗΣ, μέχρι την καταληκτική ημερομηνία και ώρα που ορίζει η παρούσα διακήρυξη (παράγραφος 1.5), στην Ελληνική Γλώσσα, σε ηλεκτρονικό φάκελο, σύμφωνα με τα

αναφερόμενα στο ν.4412/2016 , ιδίως άρθρα 36 και 37 και την Υπουργική Απόφαση αριθμ. 56902/215 «Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ)».

Για τη συμμετοχή στο διαγωνισμό οι ενδιαφερόμενοι οικονομικοί φορείς απαιτείται να διαθέτουν εγκεκριμένη προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή ή προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή που υποστηρίζεται από εγκεκριμένο πιστοποιητικό το οποίο χορηγήθηκε από έναν εγκεκριμένο πάροχο υπηρεσιών πιστοποίησης, ο οποίος περιλαμβάνεται στον κατάλογο εμπιστευσης που προβλέπεται στην απόφαση 2009/767/ΕΚ και σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Κανονισμό (ΕΕ) 910/2014 και τις διατάξεις της Υ.Α. 56902/215 “Τεχνικές λεπτομέρειες και διαδικασίες λειτουργίας του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Σ.Η.ΔΗ.Σ)» και να εγγραφούν στο ηλεκτρονικό σύστημα (ΕΣΗΔΗΣ- Διαδικτυακή πύλη www.promitheus.gov.gr) ακολουθώντας την διαδικασία εγγραφής του άρθρου 5 της ίδιας Υ.Α.

2.4.2.2. Ο χρόνος υποβολής της προσφοράς και οποιαδήποτε ηλεκτρονική επικοινωνία μέσω του συστήματος βεβαιώνεται αυτόματα από το σύστημα με υπηρεσίες χρονοσήμανσης, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 37 του ν. 4412/2016 και το άρθρο 9 της ως άνω Υπουργικής Απόφασης.

Μετά την παρέλευση της καταληκτικής ημερομηνίας και ώρας, δεν υπάρχει η δυνατότητα υποβολής προσφοράς στο Σύστημα. Σε περιπτώσεις τεχνικής αδυναμίας λειτουργίας του ΕΣΗΔΗΣ, η αναθέτουσα αρχή θα ρυθμίσει τα της συνέχειας του διαγωνισμού με σχετική ανακοίνωσή της.

2.4.2.3. Οι οικονομικοί φορείς υποβάλλουν με την προσφορά τους τα ακόλουθα:

(α) έναν (υπο)φάκελο με την ένδειξη «Δικαιολογητικά Συμμετοχής –Τεχνική Προσφορά» στον οποίο περιλαμβάνονται τα κατά περίπτωση απαιτούμενα δικαιολογητικά και η τεχνική προσφορά σύμφωνα με τις διατάξεις της κείμενης νομοθεσίας και την παρούσα.

(β) έναν (υπο)φάκελο με την ένδειξη «Οικονομική Προσφορά» στον οποίο περιλαμβάνεται η οικονομική προσφορά του οικονομικού φορέα.

Από τον προσφέροντα σημαίνονται με χρήση του σχετικού πεδίου του συστήματος τα στοιχεία εκείνα της προσφοράς του που έχουν εμπιστευτικό χαρακτήρα, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 21 του ν. 4412/16 . Εφόσον ένας οικονομικός φορέας χαρακτηρίζει πληροφορίες ως εμπιστευτικές, λόγω ύπαρξης τεχνικού ή εμπορικού απορρήτου, στη σχετική δήλωσή του, αναφέρει ρητά όλες τις σχετικές διατάξεις νόμου ή διοικητικές πράξεις που επιβάλλουν την εμπιστευτικότητα της συγκεκριμένης πληροφορίας.

Δεν χαρακτηρίζονται ως εμπιστευτικές πληροφορίες σχετικά με τις τιμές μονάδας, τις προσφερόμενες ποσότητες, την οικονομική προσφορά και τα στοιχεία της τεχνικής προσφοράς που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγησή της.

2.4.2.4. Οι οικονομικοί φορείς συντάσσουν την τεχνική και οικονομική τους προσφορά συμπληρώνοντας τις αντίστοιχες ειδικές ηλεκτρονικές φόρμες του συστήματος. Στην συνέχεια το σύστημα παράγει τα σχετικά ηλεκτρονικά αρχεία τα οποία υπογράφονται ηλεκτρονικά και υποβάλλονται από τον προσφέροντα. Τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στην ειδική ηλεκτρονική φόρμα του συστήματος και του παραγόμενου ηλεκτρονικού αρχείου pdf (το οποίο θα υπογραφεί ηλεκτρονικά) πρέπει να ταυτίζονται. Σε αντίθετη περίπτωση το σύστημα παράγει σχετικό μήνυμα και ο προσφέρων καλείται να παράγει εκ νέου το ηλεκτρονικό αρχείο pdf].

2.4.2.5. Ο χρήστης - οικονομικός φορέας υποβάλλει τους ανωτέρω (υπο)φακέλους μέσω του Συστήματος, όπως περιγράφεται παρακάτω:

Τα στοιχεία και δικαιολογητικά για τη συμμετοχή του οικονομικού φορέα στη διαδικασία υποβάλλονται από αυτόν ηλεκτρονικά σε μορφή αρχείων τύπου .pdf και εφόσον έχουν συνταχθεί/παραχθεί από τον ίδιο, φέρουν εγκεκριμένη προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή ή προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή με χρήση εγκεκριμένων πιστοποιητικών, χωρίς να απαιτείται θεώρηση γνησίου της υπογραφής.

Από το Σύστημα εκδίδεται ηλεκτρονική απόδειξη υποβολής προσφοράς, η οποία αποστέλλεται στον οικονομικό φορέα με μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Εντός τριών (3) εργασιμών ημερών από την ηλεκτρονική υποβολή των ως άνω στοιχείων και δικαιολογητικών προσκομίζονται υποχρεωτικά από τον οικονομικό φορέα στην αναθέτουσα αρχή, σε

έντυπη μορφή και σε σφραγισμένο φάκελο, τα στοιχεία της ηλεκτρονικής προσφοράς τα οποία απαιτείται να προσκομισθούν σε πρωτότυπη μορφή σύμφωνα με τον ν. 4250/2014. Τέτοια στοιχεία και δικαιολογητικά είναι ενδεικτικά η εγγυητική επιστολή συμμετοχής, τα πρωτότυπα έγγραφα τα οποία έχουν εκδοθεί από ιδιωτικούς φορείς και δεν φέρουν επικύρωση από δικηγόρο, καθώς και τα έγγραφα που φέρουν τη Σφραγίδα της Χάγης (Apostille). Δεν προσκομίζονται σε έντυπη μορφή στοιχεία και δικαιολογητικά τα οποία φέρουν ηλεκτρονική υπογραφή, τα ΦΕΚ, τα τεχνικά φυλλάδια και όσα προβλέπεται από το ν. 4250/2014 ότι οι φορείς υποχρεούνται να αποδέχονται σε αντίγραφα των πρωτοτύπων.

Η αναθέτουσα αρχή μπορεί να ζητεί από προσφέροντες και υποψήφιους σε οποιοδήποτε χρονικό σημείο κατά την διάρκεια της διαδικασίας, να υποβάλλουν σε έντυπη μορφή και σε εύλογη προθεσμία όλα ή ορισμένα δικαιολογητικά και στοιχεία που έχουν υποβάλει ηλεκτρονικά, όταν αυτό απαιτείται για την ορθή διεξαγωγή της διαδικασίας.

2.4.3 Περιεχόμενα Φακέλου «Δικαιολογητικά Συμμετοχής - Τεχνική Προσφορά»

2.4.3.1 Τα στοιχεία και δικαιολογητικά για την συμμετοχή των προσφερόντων στη διαγωνιστική διαδικασία περιλαμβάνουν: α) το Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Σύμβασης (Ε.Ε.Ε.Σ.), όπως προβλέπεται στην παρ. 1 και 3 του άρθρου 79 του ν. 4412/2016 και β) την εγγύηση συμμετοχής, όπως προβλέπεται στο άρθρο 72 του Ν.4412/2016 και τα άρθρα 2.1.5 και 2.2.2 αντίστοιχα της παρούσας διακήρυξης.

Οι προσφέροντες συμπληρώνουν το σχετικό πρότυπο ΕΕΕΣ το οποίο έχει αναρτηθεί, σε μορφή αρχείων τύπου XML και PDF, στη διαδικτυακή πύλη www.promitheus.gov.gr του ΕΣΗΔΗΣ και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της διακήρυξης (Παράρτημα ΙΙΙ).

Το εν λόγω πρότυπο υποβάλλεται συμπληρωμένο σε μορφή pdf (Αποφ. Π1/2390/13) ψηφιακά υπογεγραμμένο κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 73 του ν.4412/16 και την διακήρυξη.

Για την σύνταξη ή/και συμπλήρωση του απαιτούμενου eΕΕΕΣ, οι οικονομικοί φορείς προτείνεται να χρησιμοποιήσουν το αναρτημένο επικουρικό αρχείο XML, προκειμένου να εκμεταλλευτούν την υπηρεσία eΕΕΕΣ της ΕΕ και να παράξουν την απάντησή τους σε μορφή αρχείου PDF, το οποίο και αποθηκεύουν, αρχικά, τοπικά στον ηλεκτρονικό υπολογιστή τους. Σημειώνεται το εξής:

Το αρχείο PDF παράγεται έμμεσα από την υπηρεσία eΕΕΕΣ επιλέγοντας το κουμπί «Εκτύπωση». Η εκτύπωση θα πρέπει να ανακατευθυνθεί σε εικονικό εκτυπωτή PDF (virtual PDF printer), ήτοι λογισμικό, εγκατεστημένο στον ηλεκτρονικό υπολογιστή του χρήστη, το οποίο αποθηκεύει το περιεχόμενο της εκτύπωσης σε ηλεκτρονικό αρχείο PDF αντί να το δρομολογεί σε φυσικό εκτυπωτή. Ενδεικτικά η λειτουργία αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί εγγενώς από φυλλομετρητή διαδικτύου, όπως π.χ. Google Chrome, ή από εξειδικευμένο λογισμικό, όπως π.χ. CutePDF.

Σε κάθε περίπτωση, οι οικονομικοί φορείς μπορούν να προσφεύγουν απ' ευθείας στην ηλεκτρονική υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (<https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/espd>) να δημιουργούν το ΕΕΕΣ, να συμπληρώνουν με ευθύνη τους όλα τα δεδομένα που αφορούν τον εκάστοτε διαγωνισμό και αναφέρονται στην διακήρυξη, να συμπληρώνουν τις σχετικές απαντήσεις και να το εκτυπώνουν σε μορφή pdf προκειμένου να το υπογράψουν ψηφιακά και να το υποβάλλουν

Η εγγυητική επιστολή συμμετοχής προσκομίζεται σε έντυπη μορφή (πρωτότυπο) εντός τριών (3) εργασίμων ημερών από την ηλεκτρονική υποβολή. Υπόδειγμα εγγυητικής επιστολής συμμετοχής περιλαμβάνεται στο Παράρτημα VII της Διακήρυξης.

Οι ενώσεις οικονομικών φορέων που υποβάλλουν κοινή προσφορά, υποβάλλουν το ΕΕΕΣ για κάθε οικονομικό φορέα που συμμετέχει στην ένωση.

2.4.3.2 Η τεχνική προσφορά θα πρέπει να καλύπτει όλες τις απαιτήσεις και τις προδιαγραφές που τίθενται από την αναθέτουσα αρχή στις παραγράφους 2.2.4, 2.2.5, 2.2.6 και την παρούσα παράγραφο της Διακήρυξης, περιγράφοντας ακριβώς πώς οι συγκεκριμένες απαιτήσεις και προδιαγραφές πληρούνται. Περιλαμβάνει ιδίως τα έγγραφα και δικαιολογητικά, βάσει των οποίων θα αξιολογηθεί η καταλληλότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, με βάση το κριτήριο ανάθεσης της παρούσας διακήρυξης. Η τεχνική προσφορά θα περιλαμβάνει οπωσδήποτε Πίνακα Περιεχομένων των εγγράφων που υποβάλλονται κατά

τη σειρά που περιέχονται στην τεχνική προσφορά. Η τεχνική προσφορά περιλαμβάνει κατάλληλα συμπληρωμένο Πίνακα Συμμόρφωσης σύμφωνα με το υπόδειγμα του Παραρτήματος IV της διακήρυξης.

Η τεχνική προσφορά περιλαμβάνει τα αναλυτικά βιογραφικά σημειώματα των στελεχών της προτεινόμενης Ομάδας Έργου (Παράρτημα V υπόδειγμα βιογραφικού σημειώματος).

Ο Προσφέρων, συμπληρωματικά με τον ανωτέρω Πίνακα, θα πρέπει να καταθέσει ηλεκτρονικά υπογεγραμμένες υπεύθυνες δηλώσεις του Ν. 1599/1986 των εξωτερικών συνεργατών, με τις οποίες θα δηλώνεται ότι αποδέχονται να συμμετάσχουν στην Ομάδα Έργου του υποψηφίου, εφόσον αυτός ανακηρυχθεί ανάδοχος, έως το πέρας της διάρκειας του Έργου και ότι γνωρίζουν και αποδέχονται τους όρους της παρούσας διακήρυξης.

Οι οικονομικοί φορείς αναφέρουν το τμήμα της σύμβασης που προτίθενται να αναθέσουν υπό μορφή υπεργολαβίας σε τρίτους, καθώς και τους υπεργολάβους που προτείνουν.

Η τεχνική προσφορά επίσης περιλαμβάνει τις ακόλουθες ενότητες βάσει των οποίων θα προκύψει η τεχνική βαθμολογία της προσφοράς εφαρμόζοντας τα κριτήρια της παραγράφου 2.3.1 της διακήρυξης:

A . Αντίληψη για το έργο και Μεθοδολογία υλοποίησης του έργου

B. Οργάνωση υλοποίησης του έργου

Το περιεχόμενο της κάθε ενότητας περιλαμβάνει τουλάχιστον τα παρακάτω:

A . Αντίληψη για το έργο και Μεθοδολογία υλοποίησης του έργου

A.1 Αντίληψη για το έργο, κατανόηση των απαιτήσεων και των ιδιαιτεροτήτων του

Γενική προσέγγιση του έργου, ανάλυση του περιβάλλοντος υλοποίησης του έργου, (χαρακτηριστικά κάθε αγοράς, χαρακτηριστικά των ομάδων-στόχων, χαρακτηριστικά του προϊόντος τα οποία θα αναδειχθούν κλπ), κατανόηση των απαιτήσεων και ιδιαιτεροτήτων του έργου, ενδεχόμενοι κίνδυνοι και τρόποι αντιμετώπισής τους, κλπ.

A.2 Σαφήνεια της μεθοδολογίας υλοποίησης του Έργου

- Ανάλυση της στρατηγικής επικοινωνίας, εξειδίκευση στόχων και ανάλυση των τρόπων επίτευξής τους για την εξασφάλιση του μέγιστου δυνατού αντίκτυπου των δράσεων του Προγράμματος.
- Καθορισμός κριτηρίων βάσει των οποίων θα τεκμηριώνεται η καταλληλότητα των προτεινόμενων επιλογών (πόλεις, χώροι πραγματοποίησης δράσεων, συμμετέχοντες και προσκεκλημένοι στις δράσεις κ.α.).
- Σαφής και αναλυτική περιγραφή των μεθόδων και των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν για την προσέγγιση των διαφορετικών ομάδων-στόχων.
- Χρονοπρογραμματισμός των δράσεων του έργου. Απαιτείται αναλυτικό χρονοδιάγραμμα ενεργειών με προσδιορισμό των απαιτούμενων χρονικών διαστημάτων για την προετοιμασία και την υλοποίηση τους.
- Ανάλυση των ενεργειών της κάθε δράσης, καθώς και των παραδοτέων.
- Καθορισμός και τεκμηρίωση των δεικτών εκροών και αποτελεσμάτων που θα χρησιμοποιηθούν για την αποτίμηση και τον απολογισμό των δράσεων βάσει του Καν. (ΕΕ) 2015/1831 της Επιτροπής.
- Παρουσίαση ενδεικτικών δημιουργικών προτάσεων (π.χ. ιδέα-concept, επιπλέον μηνύματα, εφαρμογές διαδικτύου, σποτς, μακέτες καταχώρισης).

B. Οργάνωση υλοποίησης του έργου

Όσον αφορά την οργάνωση υλοποίησης του έργου θα πρέπει να καθοριστούν με σαφήνεια τα επίπεδα διοίκησης, η οργάνωση και η λειτουργία της ομάδας έργου, η κατανομή αρμοδιοτήτων στα μέλη της ομάδας έργου και επιπλέον να τεκμηριώνεται η καταλληλότητα και η αποτελεσματικότητα του προτεινόμενου μοντέλου οργάνωσης.

Ειδικότερα για το κριτήριο Β1 «Σύστημα διοίκησης του έργου και οργανωτική αποτελεσματικότητα της Ομάδας Έργου», απαιτούνται:

1. Αναλυτική περιγραφή της οργάνωσης της ομάδας των στελεχών που θα εμπλακούν στο έργο, με σαφή αναφορά στον τρόπο οργάνωσης και διοίκησης του έργου.
2. Καθορισμός του τρόπου υλοποίησης της προτεινόμενης μεθοδολογίας από τα μέλη της Ομάδας Έργου.
3. Συμπληρωμένο τον κατωτέρω Πίνακα: Στοιχεία Απασχόλησης Ομάδας Έργου

Όνοματεπώνυμο	Θέση στην Ομάδα Έργου	Αρμοδιότητες /καθήκοντα	Απασχόληση στο έργο σε ανθρωπομήνες
ΣΥΝΟΛΟ			

4. Αναλυτική κατανομή του ανθρωποχρόνου απασχόλησης ανά κατηγορία ενέργειας και ανά είδος εργασίας. Με βάση τον παρακάτω πίνακα για το κάθε μέλος της Ομάδας Έργου θα αποτυπώνεται η εμπλοκή του σε συγκεκριμένες δράσεις, οι οποίες θα συσχετίζονται με συγκεκριμένα παραδοτέα και με συγκεκριμένες υποομάδες οι οποίες αναλαμβάνουν την εκτέλεση αλληλοσυνδεόμενων εργασιών.

Δράση	Επιμέρους ενέργεια της δράσης και έτος υλοποίησης	Παραδοτέο	Εμπλεκόμενα στελέχη	Εμπλεκόμενες υποομάδες (σύμφωνα με το σύστημα διοίκησης του έργου)	Ανθρωπομήνες απασχόλησης
ΣΥΝΟΛΟ Α/Μ					

2.4.4 Περιεχόμενα Φακέλου «Οικονομική Προσφορά» / Τρόπος σύνταξης και υποβολής οικονομικών προσφορών

Η Οικονομική Προσφορά συντάσσεται με βάση την τιμή σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Παράρτημα VI της διακήρυξης:

Η τιμή της παρεχόμενης υπηρεσίας δίνεται σε ευρώ για το σύνολο της σύμβασης.

Στην τιμή περιλαμβάνονται οι υπέρ τρίτων κρατήσεις, ως και κάθε άλλη επιβάρυνση, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, μη συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α., για την παροχή των υπηρεσιών στον τόπο και με τον τρόπο που προβλέπεται στα έγγραφα της σύμβασης

Οι υπέρ τρίτων κρατήσεις υπόκεινται στο εκάστοτε ισχύον αναλογικό τέλος χαρτοσήμου 3% και στην επ' αυτού εισφορά υπέρ ΟΓΑ 20%.

Επισημαίνεται ότι το εκάστοτε ποσοστό Φ.Π.Α. επί τοις εκατό, της ανωτέρω τιμής θα υπολογίζεται αυτόματα από το σύστημα.

Οι προσφερόμενες τιμές είναι σταθερές καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης και δεν αναπροσαρμόζονται.

Ως απαράδεκτες θα απορρίπτονται προσφορές στις οποίες: α) δεν δίνεται τιμή σε ΕΥΡΩ ή που καθορίζεται σχέση ΕΥΡΩ προς ξένο νόμισμα, β) δεν προκύπτει με σαφήνεια η προσφερόμενη τιμή, με την επιφύλαξη

της παρ. 4 του άρθρου 102 του ν. 4412/2016 και γ) η τιμή υπερβαίνει τον προϋπολογισμό της σύμβασης της παρούσας διακήρυξης.

2.4.5 Χρόνος ισχύος των προσφορών

Οι υποβαλλόμενες προσφορές ισχύουν και δεσμεύουν τους οικονομικούς φορείς για διάστημα έξι (6) μηνών από την επόμενη της διενέργειας του διαγωνισμού.

Προσφορά η οποία ορίζει χρόνο ισχύος μικρότερο από τον ανωτέρω προβλεπόμενο απορρίπτεται.

Η ισχύς της προσφοράς μπορεί να παρατείνεται εγγράφως, εφόσον τούτο ζητηθεί από την αναθέτουσα αρχή, πριν από τη λήξη της, με αντίστοιχη παράταση της εγγυητικής επιστολής συμμετοχής σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 72 παρ. 1 α του ν. 4412/2016 και την παράγραφο 2.2.2. της παρούσας, κατ' ανώτατο όριο για χρονικό διάστημα ίσο με την προβλεπόμενη ως άνω αρχική διάρκεια.

Μετά τη λήξη και του παραπάνω ανώτατου ορίου χρόνου παράτασης ισχύος της προσφοράς, τα αποτελέσματα της διαδικασίας ανάθεσης ματαιώνονται, εκτός αν η αναθέτουσα αρχή κρίνει, κατά περίπτωση, αιτιολογημένα, ότι η συνέχιση της διαδικασίας εξυπηρετεί το δημόσιο συμφέρον, οπότε οι οικονομικοί φορείς που συμμετέχουν στη διαδικασία μπορούν να επιλέξουν είτε να παρατείνουν την προσφορά και την εγγύηση συμμετοχής τους, εφόσον τους ζητηθεί πριν την πάροδο του ανωτέρω ανώτατου ορίου παράτασης της προσφοράς τους είτε όχι. Στην τελευταία περίπτωση, η διαδικασία συνεχίζεται με όσους παρέτειναν τις προσφορές τους και αποκλείονται οι λοιποί οικονομικοί φορείς.

2.4.6 Λόγοι απόρριψης προσφορών

Η αναθέτουσα αρχή με βάση τα αποτελέσματα του ελέγχου και της αξιολόγησης των προσφορών, απορρίπτει, σε κάθε περίπτωση, προσφορά:

α) η οποία δεν υποβάλλεται εμπρόθεσμα, με τον τρόπο και με το περιεχόμενο που ορίζεται πιο πάνω και συγκεκριμένα στις παραγράφους 2.4.1 (Γενικοί όροι υποβολής προσφορών), 2.4.2. (Χρόνος και τρόπος υποβολής προσφορών), 2.4.3. (Περιεχόμενο φακέλων δικαιολογητικών συμμετοχής, τεχνικής προσφοράς), 2.4.4. (Περιεχόμενο φακέλου οικονομικής προσφοράς, τρόπος σύνταξης και υποβολής οικονομικών προσφορών) , 2.4.5. (Χρόνος ισχύος προσφορών), 3.1. (Αποσφράγιση και αξιολόγηση προσφορών), 3.2 (Πρόσκληση υποβολής δικαιολογητικών προσωρινού αναδόχου) της παρούσας,

β) η οποία περιέχει ατέλειες, ελλείψεις, ασάφειες ή σφάλματα, εφόσον αυτά δεν επιδέχονται συμπλήρωση ή διόρθωση ή εφόσον επιδέχονται συμπλήρωση ή διόρθωση, δεν έχουν αποκατασταθεί κατά την αποσαφήνιση και την συμπλήρωσή της σύμφωνα με την παράγραφο 3.1.1. της παρούσας διακήρυξης,

γ) για την οποία ο προσφέρων δεν έχει παράσχει τις απαιτούμενες εξηγήσεις, εντός της προκαθορισμένης προθεσμίας ή η εξήγηση δεν είναι αποδεκτή από την αναθέτουσα αρχή σύμφωνα με την παράγραφο 3.1.1. της παρούσας και το άρθρο 102 του ν. 4412/2016,

δ) η οποία είναι εναλλακτική προσφορά,

ε) η οποία υποβάλλεται από έναν προσφέροντα που έχει υποβάλλει δύο ή περισσότερες προσφορές.

στ) η οποία είναι υπό αίρεση,

ζ) η οποία θέτει όρο αναπροσαρμογής,

η) η οποία παρουσιάζει ελλείψεις ως προς τα δικαιολογητικά που ζητούνται από τα έγγραφα της παρούσας διακήρυξης και αποκλίσεις ως προς τους όρους και τις τεχνικές προδιαγραφές της σύμβασης,.

θ) όταν ο προσφέρων αυτόνομα ή ως μέλος Ένωσης ή Κοινοπραξίας, συμμετέχει σε διαδικασία σύναψης σύμβασης αυτόνομα ή ως μέλος Ένωσης ή Κοινοπραξίας που αφορά στην ανάθεση υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της φέτας ΠΟΠ «Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά.

3. ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ - ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΣΦΟΡΩΝ

3.1 Αποσφράγιση και αξιολόγηση προσφορών

3.1.1 Ηλεκτρονική αποσφράγιση προσφορών

Το πιστοποιημένο στο ΕΣΗΔΗΣ, για την αποσφράγιση των προσφορών αρμόδιο όργανο της Αναθέτουσας Αρχής (Επιτροπή Διαγωνισμού), προβαίνει στην έναρξη της διαδικασίας ηλεκτρονικής αποσφράγισης των φακέλων των προσφορών, κατά το άρθρο 100 του ν. 4412/2016, ακολουθώντας τα εξής στάδια:

- Ηλεκτρονική Αποσφράγιση του (υπό)φακέλου «Δικαιολογητικά Συμμετοχής-Τεχνική Προσφορά» την 22/12/2017 και ώρα 12:00 μ.μ.
- Ηλεκτρονική Αποσφράγιση του (υπό)φακέλου «Οικονομική Προσφορά», κατά την ημερομηνία και ώρα που θα ορίσει η αναθέτουσα αρχή
- Ηλεκτρονική Αποσφράγιση του (υπό)φακέλου «Δικαιολογητικά προσωρινού αναδόχου», κατά την ημερομηνία και ώρα που θα ορίσει η αναθέτουσα αρχή

Με την αποσφράγιση των ως άνω φακέλων, ανά στάδιο, κάθε προσφέρων που συνεχίζει σε επόμενο στάδιο αποκτά πρόσβαση στις λοιπές προσφορές και τα υποβληθέντα δικαιολογητικά τους, με την επιφύλαξη των πτυχών εκείνων της κάθε προσφοράς που έχουν χαρακτηριστεί ως εμπιστευτικές.

Η αναθέτουσα αρχή μπορεί να καλέσει τους οικονομικούς φορείς να συμπληρώσουν ή να διευκρινίσουν τα έγγραφα ή δικαιολογητικά που έχουν υποβληθεί, ή να διευκρινίσουν το περιεχόμενο της τεχνικής ή οικονομικής προσφοράς τους, σύμφωνα με το άρθρο 102 του ν. 4412/2016.

3.1.2 Αξιολόγηση προσφορών

Μετά την κατά περίπτωση ηλεκτρονική αποσφράγιση των προσφορών η Αναθέτουσα Αρχή προβαίνει στην αξιολόγηση αυτών μέσω των αρμόδιων πιστοποιημένων στο Σύστημα οργάνων της, εφαρμοζόμενων κατά τα λοιπά των κειμένων διατάξεων.

Ειδικότερα :

α) Η Επιτροπή Διαγωνισμού καταχωρεί όσους υπέβαλαν προσφορές, καθώς και τα υποβληθέντα αυτών δικαιολογητικά και τα αποτελέσματα του ελέγχου αυτών σε πρακτικό, το οποίο υπογράφεται από τα μέλη του οργάνου.

β) Στη συνέχεια η Επιτροπή Διαγωνισμού προβαίνει στην αξιολόγηση της τεχνικής προσφοράς, σύμφωνα με τους όρους των εγγράφων της σύμβασης και συντάσσει πρακτικό για την απόρριψη των τεχνικών προσφορών που δεν γίνονται αποδεκτές και την αποδοχή ή/και βαθμολόγηση των τεχνικών προσφορών με βάση το κριτήριο ανάθεσης των εγγράφων της σύμβασης. Τα ανωτέρω υπό στοιχεία α και β στάδια γίνονται ενιαία.

γ) Οι κατά τα ανωτέρω σφραγισμένοι φάκελοι με τα οικονομικά στοιχεία των προσφορών, μετά την ολοκλήρωση της αξιολόγησης των λοιπών στοιχείων των προσφορών, αποσφραγίζονται κατά την ημερομηνία και ώρα που ορίζεται στην ειδική πρόσκληση. Για όσες προσφορές δεν κρίθηκαν αποδεκτές κατά τα προηγούμενα ως άνω στάδια α' και β' οι φάκελοι της οικονομικής προσφοράς δεν αποσφραγίζονται αλλά τηρούνται από την αναθέτουσα αρχή μέχρι την οριστική επίλυση τυχόν διαφορών που προκύψουν από την ως άνω διαδικασία σύμφωνα με την παράγραφο 3.4. της παρούσας.

δ) Η Επιτροπή Διαγωνισμού προβαίνει στην αξιολόγηση των οικονομικών προσφορών και συντάσσει πρακτικό στο οποίο εισηγείται αιτιολογημένα την αποδοχή ή απόρριψή τους, την κατάταξη των προσφορών με βάση το οριζόμενο με την παρούσα κριτήριο ανάθεσης και την ανάδειξη του προσωρινού αναδόχου.

Εάν οι προσφορές φαίνονται ασυνήθιστα χαμηλές σε σχέση με το αντικείμενο της σύμβασης, η αναθέτουσα αρχή απαιτεί από τους οικονομικούς φορείς να εξηγήσουν την τιμή ή το κόστος που προτείνουν στην προσφορά τους, εντός αποκλειστικής προθεσμίας, κατά ανώτατο όριο δέκα (10) ημερών

από την κοινοποίηση της σχετικής πρόσκλησης. Στην περίπτωση αυτή εφαρμόζονται τα άρθρα 88 και 89 ν. 4412/2016.

Στην περίπτωση ισοδύναμων προφορών, δηλαδή προσφορών με την ίδια συνολική τελική βαθμολογία μεταξύ δύο ή περισσότερων προσφερόντων η ανάθεση γίνεται: *στην προσφορά με την μεγαλύτερη βαθμολογία τεχνικής προσφοράς*. Αν οι ισοδύναμες προσφορές έχουν την ίδια βαθμολογία τεχνικής προσφοράς, η αναθέτουσα αρχή επιλέγει τον ανάδοχο με κλήρωση μεταξύ των οικονομικών φορέων που υπέβαλαν τις ισοδύναμες προσφορές. Η κλήρωση γίνεται ενώπιον της Επιτροπής Διαγωνισμού και παρουσία αυτών των οικονομικών φορέων.

Τα αποτελέσματα των ανωτέρω σταδίων επικυρώνονται με απόφαση/αποφάσεις του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ, η οποία κοινοποιείται στους προσφέροντες μέσω του ΕΣΗΔΗΣ.

Κατά των ανωτέρω αποφάσεων χωρεί προδικαστική προσφυγή σύμφωνα με την παράγραφο 3.4. της παρούσας.

3.2 Πρόσκληση υποβολής δικαιολογητικών προσωρινού αναδόχου - Δικαιολογητικά προσωρινού αναδόχου

Μετά την αξιολόγηση των προσφορών, η αναθέτουσα αρχή αποστέλλει σχετική ηλεκτρονική πρόσκληση μέσω του συστήματος στον προσφέροντα, στον οποίο πρόκειται να γίνει η κατακύρωση («προσωρινό ανάδοχο»), και τον καλεί να υποβάλει εντός προθεσμίας, δέκα (10) ημερών από την κοινοποίηση της σχετικής ειδοποίησης σε αυτόν, τα πρωτότυπα ή αντίγραφα που εκδίδονται, σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 1 του ν. 4250/2014 (Α' 74) όλων των δικαιολογητικών που περιγράφονται στην παράγραφο 2.2.8.2. της παρούσας διακήρυξης, ως αποδεικτικά στοιχεία για τη μη συνδρομή των λόγων αποκλεισμού της παραγράφου 2.2.3 της διακήρυξης, καθώς και για την πλήρωση των κριτηρίων ποιοτικής επιλογής των παραγράφων 2.2.4 - 2.2.7 αυτής.

Τα εν λόγω δικαιολογητικά, υποβάλλονται από τον προσφέροντα («προσωρινό ανάδοχο»), ηλεκτρονικά μέσω του συστήματος, σε μορφή αρχείων pdf και προσκομίζονται κατά περίπτωση από αυτόν εντός τριών (3) εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία υποβολής τους. Όταν υπογράφονται από τον ίδιο φέρουν ηλεκτρονική υπογραφή.

Με την παραλαβή των ως άνω δικαιολογητικών, το σύστημα εκδίδει επιβεβαίωση της παραλαβής τους και αποστέλλει ενημερωτικό ηλεκτρονικό μήνυμα σ' αυτόν στον οποίο πρόκειται να γίνει η κατακύρωση.

Αν μετά την ηλεκτρονική αποσφράγιση και κατά τον έλεγχο των ως άνω δικαιολογητικών διαπιστωθεί ότι δεν έχουν προσκομισθεί ή υπάρχουν ελλείψεις σε αυτά που υποβλήθηκαν, παρέχεται προθεσμία στον προσωρινό ανάδοχο να τα προσκομίσει ή να τα συμπληρώσει εντός πέντε (5) ημερών από την κοινοποίηση σχετικής έγγραφης, μέσω του Συστήματος, ειδοποίησής του. Η αναθέτουσα αρχή μπορεί αιτιολογημένα να παρατείνει την ως άνω προθεσμία κατ' ανώτατο όριο για δεκαπέντε (15) επιπλέον ημέρες.

Όσοι υπέβαλαν παραδεκτές προσφορές λαμβάνουν γνώση των παραπάνω δικαιολογητικών που κατατέθηκαν.

Ο προσωρινός ανάδοχος κηρύσσεται έκπτωτος, καταπίπτει υπέρ της αναθέτουσας αρχής η εγγύηση συμμετοχής του και η κατακύρωση γίνεται στον προσφέροντα που υπέβαλε την αμέσως επόμενη πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά, τηρουμένης της ανωτέρω διαδικασίας, εάν:

- i) κατά τον έλεγχο των παραπάνω δικαιολογητικών διαπιστωθεί ότι τα στοιχεία που δηλώθηκαν με το Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Σύμβασης, είναι ψευδή ή ανακριβή, ή
- ii) δεν υποβληθούν στο προκαθορισμένο χρονικό διάστημα τα απαιτούμενα πρωτότυπα ή αντίγραφα των παραπάνω δικαιολογητικών ή
- iii) από τα δικαιολογητικά που προσκομίσθηκαν νομίμως και εμπροθέσμως, δεν αποδεικνύονται οι όροι και οι προϋποθέσεις συμμετοχής σύμφωνα με τα άρθρα 2.2.3 (λόγοι αποκλεισμού) και 2.2.4 - 2.2.7 (κριτήρια ποιοτικής επιλογής) της παρούσας,

Σε περίπτωση έγκαιρης και προσήκουσας ενημέρωσης της αναθέτουσας αρχής για μεταβολές στις προϋποθέσεις τις οποίες ο προσωρινός ανάδοχος είχε δηλώσει με το Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Σύμβασης ότι πληροί, οι οποίες επήλθαν ή για τις οποίες έλαβε γνώση μετά την δήλωση και μέχρι την ημέρα της έγγραφης ειδοποίησης για την προσκόμιση των δικαιολογητικών προσωρινού αναδόχου (οψιγενείς μεταβολές), δεν καταπίπτει υπέρ της αναθέτουσας αρχής η εγγύηση συμμετοχής του.

Αν κανένας από τους προσφέροντες δεν υποβάλλει αληθή ή ακριβή δήλωση ή δεν προσκομίζει ένα ή περισσότερα από τα απαιτούμενα δικαιολογητικά ή δεν αποδείξει ότι πληροί τα κριτήρια ποιοτικής επιλογής σύμφωνα με τις παραγράφους 2.2.4-2.2.7 της παρούσας διακήρυξης, η διαδικασία ματαιώνεται.

Η διαδικασία ελέγχου των παραπάνω δικαιολογητικών ολοκληρώνεται με τη σύνταξη πρακτικού από την Επιτροπή Διαγωνισμού και τη διαβίβαση του φακέλου στο Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ της αναθέτουσας αρχής για τη λήψη απόφασης είτε για την κατακύρωση της σύμβασης είτε για τη ματαίωση της διαδικασίας είτε για την κήρυξη του προσωρινού αναδόχου ως εκπτώτου. Τα αποτελέσματα του ελέγχου των παραπάνω δικαιολογητικών και της εισήγησης της Επιτροπής Διαγωνισμού επικυρώνονται με την απόφαση κατακύρωσης.

3.3 Κατακύρωση - σύναψη σύμβασης

Η αναθέτουσα αρχή κοινοποιεί την απόφαση κατακύρωσης, μαζί με αντίγραφο όλων των πρακτικών της διαδικασίας ελέγχου και αξιολόγησης των προσφορών, σε κάθε προσφέροντα που έχει υποβάλει αποδεκτή προσφορά, σύμφωνα με το άρθρο 100 του ν. 4412/2016, εκτός από τον προσωρινό ανάδοχο, ηλεκτρονικά μέσω του συστήματος.

Η εν λόγω απόφαση αναφέρει την προθεσμία για την αναστολή της σύναψης της σύμβασης σύμφωνα με την επόμενη παράγραφο 3.4.

Τα έννομα αποτελέσματα της απόφασης κατακύρωσης και ιδίως η σύναψη της σύμβασης επέρχονται εφόσον συντρέξουν σωρευτικά τα κάτωθι :

α) άπρακτη πάροδος των προθεσμιών άσκησης των προβλεπόμενων στην παράγραφο 3.4. της παρούσας βοηθημάτων και μέσων στο στάδιο της προδικαστικής και δικαστικής προστασίας και από τις αποφάσεις αναστολών επί αυτών,

β) κοινοποίηση της απόφασης κατακύρωσης στον προσωρινό ανάδοχο, εφόσον αυτός υποβάλει επικαιροποιημένα τα δικαιολογητικά της παραγράφου 2.2.8.2.

Η αναθέτουσα αρχή προσκαλεί τον ανάδοχο να προσέλθει για υπογραφή του συμφωνητικού εντός προθεσμίας είκοσι (20) ημερών από την κοινοποίηση της σχετικής ειδικής πρόσκλησης. Το συμφωνητικό έχει αποδεικτικό χαρακτήρα.

Στην περίπτωση που ο ανάδοχος δεν προσέλθει να υπογράψει το ως άνω συμφωνητικό μέσα στην τεθείσα προθεσμία, κηρύσσεται έκπτωτος, καταπίπτει υπέρ της αναθέτουσας αρχής η εγγυητική επιστολή συμμετοχής του και η κατακύρωση, με την ίδια διαδικασία, γίνεται στον προσφέροντα που υπέβαλε την αμέσως επόμενη πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά.

3.4 Προδικαστικές Προσφυγές - Προσωρινή Δικαστική Προστασία

Κάθε ενδιαφερόμενος, ο οποίος έχει ή είχε συμφέρον να του ανατεθεί η συγκεκριμένη σύμβαση και έχει ή είχε υποστεί ή ενδέχεται να υποστεί ζημία από εκτελεστή πράξη ή παράλειψη της αναθέτουσας αρχής κατά παράβαση της νομοθεσίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της εσωτερικής νομοθεσίας, δικαιούται να ασκήσει προδικαστική προσφυγή ενώπιον της Αρχής Εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών (ΑΕΠΠ) κατά της σχετικής πράξης ή παράλειψης της αναθέτουσας αρχής, προσδιορίζοντας ειδικώς τις νομικές και πραγματικές αιτιάσεις που δικαιολογούν το αίτημά του. Σε περίπτωση προσφυγής κατά πράξη της αναθέτουσας αρχής η προθεσμία για την άσκηση της προδικαστικής προσφυγής είναι (α) δέκα (10) ημέρες από την κοινοποίηση της προσβαλλόμενης πράξης στον ενδιαφερόμενο οικονομικό φορέα αν η πράξη κοινοποιήθηκε με ηλεκτρονικά μέσα ή τηλεομοιοτυπία ή (β) δεκαπέντε (15) ημέρες από την κοινοποίηση της προσβαλλόμενης πράξης σε αυτόν αν χρησιμοποιήθηκαν άλλα μέσα επικοινωνίας, άλλως γ) δέκα (10) ημέρες από την πλήρη, πραγματική ή τεκμαιρόμενη, γνώση της πράξης που βλάπτει τα

συμφέροντα του ενδιαφερόμενου οικονομικού φορέα. Ειδικά για την άσκηση προσφυγής κατά προκήρυξης, η πλήρης γνώση αυτής τεκμαίρεται μετά την πάροδο δεκαπέντε (15) ημερών από τη δημοσίευση στο ΚΗΜΔΗΣ. Σε περίπτωση παράλειψης, η προθεσμία για την άσκηση της προδικαστικής προσφυγής είναι δεκαπέντε (15) ημέρες από την επομένη της συντέλεσης της προσβαλλόμενης παράλειψης.

Η προδικαστική προσφυγή κατατίθεται ηλεκτρονικά μέσω της λειτουργικότητας «Επικοινωνία» του ΕΣΗΔΗΣ στον ηλεκτρονικό τόπο του διαγωνισμού, επιλέγοντας κατά περίπτωση την ένδειξη «Προδικαστική Προσφυγή» και επισυνάπτοντας το σχετικό έγγραφο σε μορφή ηλεκτρονικού αρχείου Portable Document Format (PDF), το οποίο φέρει εγκεκριμένη προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή ή προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή με χρήση εγκεκριμένων πιστοποιητικών.

Για το παραδεκτό της άσκησης της προδικαστικής προσφυγής κατατίθεται παράβολο από τον προσφεύγοντα υπέρ του Δημοσίου, κατά τα ειδικά οριζόμενα στο άρθρο 363 του ν. 4412/2016, το οποίο επιστρέφεται στον προσφεύγοντα σε περίπτωση ολικής ή μερικής αποδοχής της προσφυγής του ή σε περίπτωση που πριν την έκδοση της απόφασης της ΑΕΠΠ επί της προσφυγής, η αναθέτουσα αρχή ανακαλεί την προσβαλλόμενη πράξη ή προβαίνει στην οφειλόμενη ενέργεια.

Η προθεσμία για την άσκηση της προδικαστικής προσφυγής και η άσκησή της κωλύουν τη σύναψη της σύμβασης επί ποινή ακυρότητας, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 364 του ν. 4412/2016. Κατά τα λοιπά, η άσκηση της προδικαστικής προσφυγής δεν κωλύει την πρόοδο της διαγωνιστικής διαδικασίας, εκτός αν ζητηθούν προσωρινά μέτρα προστασίας κατά το άρθρο 366 του ν.4412/2016.

Οι αναθέτουσες αρχές μέσω της λειτουργίας της «Επικοινωνίας» του ΕΣΗΔΗΣ:

- κοινοποιούν την προσφυγή σε κάθε ενδιαφερόμενο τρίτο σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην περ. α του πρώτου εδαφίου της παρ.1 του αρ. 365 του ν. 4412/2016.
- διαβιβάζουν στην Αρχή Εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών (ΑΕΠΠ) τα προβλεπόμενα στην περ. β του πρώτου εδαφίου της παρ. 1 του αρ. 365 του ν. 4412/2016.

Η ΑΕΠΠ αποφαινεται αιτιολογημένα επί της βασιμότητας των προβαλλόμενων πραγματικών και νομικών ισχυρισμών της προσφυγής και των ισχυρισμών της αναθέτουσας αρχής και, σε περίπτωση παρέμβασης, των ισχυρισμών του παρεμβαίνοντος και δέχεται (εν όλω ή εν μέρει) ή απορρίπτει την προσφυγή με απόφασή της, η οποία εκδίδεται μέσα σε αποκλειστική προθεσμία είκοσι (20) ημερών από την ημέρα εξέτασης της προσφυγής.

Οι χρήστες - οικονομικοί φορείς ενημερώνονται για την αποδοχή ή την απόρριψη της προσφυγής από την ΑΕΠΠ.

Η άσκηση της ως άνω προδικαστικής προσφυγής αποτελεί προϋπόθεση για την άσκηση των ένδικων βοηθημάτων της αίτησης αναστολής και της αίτησης ακύρωσης του άρθρου 372 του ν. 4412/2016 κατά των εκτελεστών πράξεων ή παραλείψεων των αναθετουσών αρχών.

Η αίτηση αναστολής κατατίθεται στο αρμόδιο δικαστήριο μέσα σε προθεσμία δέκα (10) ημερών από την έκδοση της απόφασης επί της προδικαστικής προσφυγής. Για την άσκηση της αιτήσεως αναστολής κατατίθεται παράβολο, κατά τα ειδικότερα οριζόμενα στο άρθρο 372 παρ. 4 του ν. 4412/2016.

Η άσκηση αίτησης αναστολής κωλύει τη σύναψη της σύμβασης, εκτός εάν με την προσωρινή διαταγή ο αρμόδιος δικαστής αποφανθεί διαφορετικά.

3.5 Ματαίωση Διαδικασίας

Η αναθέτουσα αρχή ματαιώνει ή δύναται να ματαιώσει εν όλω ή εν μέρει αιτιολογημένα τη διαδικασία ανάθεσης, για τους λόγους και υπό τους όρους του άρθρου 106 του ν. 4412/2016, μετά από γνώμη της Επιτροπής Διαγωνισμού. Επίσης, αν διαπιστωθούν σφάλματα ή παραλείψεις σε οποιοδήποτε στάδιο της διαδικασίας ανάθεσης, μπορεί, μετά από γνώμη της Επιτροπής Διαγωνισμού, να ακυρώσει μερικώς τη διαδικασία ή να αναμορφώσει ανάλογα το αποτέλεσμά της ή να αποφασίσει την επανάληψή της από το σημείο που εμφιλοχώρησε το σφάλμα ή η παράλειψη.

4. ΟΡΟΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

4.1 Εγγυήσεις (καλής εκτέλεσης, προκαταβολής)

Εγγύηση καλής εκτέλεσης και εγγύηση προκαταβολής

Για την υπογραφή της σύμβασης απαιτείται η παροχή εγγύησης καλής εκτέλεσης, σύμφωνα με το άρθρο 72 παρ. 1 β) του ν. 4412/2016, το ύψος της οποίας ανέρχεται σε ποσοστό 5% επί της αξίας της σύμβασης, εκτός ΦΠΑ, και κατατίθεται πριν ή με την υπογραφή της σύμβασης.

Η εγγύηση καλής εκτέλεσης, προκειμένου να γίνει αποδεκτή, πρέπει να περιλαμβάνει κατ' ελάχιστον τα αναφερόμενα στην παράγραφο 2.1.5. στοιχεία της παρούσας και επιπλέον τον αριθμό και τον τίτλο της σχετικής σύμβασης. Το περιεχόμενό της είναι σύμφωνο με το υπόδειγμα που περιλαμβάνεται στο Παράρτημα VII της Διακήρυξης και τα οριζόμενα στο άρθρο 72 του ν. 4412/2016.

Η εγγύηση καλής εκτέλεσης της σύμβασης καλύπτει συνολικά και χωρίς διακρίσεις την εφαρμογή όλων των όρων της σύμβασης και κάθε απαίτηση της αναθέτουσας αρχής έναντι του αναδόχου, συμπεριλαμβανομένης τυχόν ισόποσης προς αυτόν προκαταβολής.

Σε περίπτωση τροποποίησης της σύμβασης κατά την παράγραφο 4.5, η οποία συνεπάγεται αύξηση της συμβατικής αξίας, ο ανάδοχος είναι υποχρεωμένος να καταθέσει πριν την τροποποίηση, συμπληρωματική εγγύηση το ύψος της οποίας ανέρχεται σε ποσοστό 5% επί του ποσού της αύξησης, εκτός ΦΠΑ.

Η εγγύηση καλής εκτέλεσης καταπίπτει σε περίπτωση παράβασης των όρων της σύμβασης, όπως αυτή ειδικότερα ορίζει.

Στην περίπτωση χορήγησης προκαταβολής, μεγαλύτερου ύψους από αυτό που καλύπτεται με την εγγύηση καλής εκτέλεσης προσκομίζεται από τον ανάδοχο εγγύησης προκαταβολής, σύμφωνα με το υπόδειγμα που περιλαμβάνεται στο Παράρτημα VII της Διακήρυξης, που θα καλύπτει τη διαφορά μεταξύ του ποσού της εγγύησης καλής εκτέλεσης και του ποσού της καταβαλλομένης προκαταβολής. Η προκαταβολή και η εγγύηση προκαταβολής μπορούν να χορηγούνται τμηματικά, σύμφωνα με την παράγραφο 5.1. της παρούσας (τρόπος πληρωμής).

Η εγγύηση καλής εκτέλεσης και η εγγύηση προκαταβολής επιστρέφονται στο σύνολό τους μετά την οριστική ποσοτική και ποιοτική παραλαβή του αντικειμένου της σύμβασης. Εάν στο πρωτόκολλο οριστικής ποιοτικής και ποσοτικής παραλαβής αναφέρονται παρατηρήσεις ή υπάρχει εκπρόθεσμη παράδοση, η επιστροφή των ως άνω εγγυήσεων γίνεται μετά την αντιμετώπιση των παρατηρήσεων και του εκπροθέσμου.

4.2 Συμβατικό πλαίσιο – Εφαρμοστέα νομοθεσία

Κατά την εκτέλεση της σύμβασης εφαρμόζονται οι διατάξεις του ν. 4412/2016, οι όροι της παρούσας διακήρυξης και συμπληρωματικά ο Αστικός Κώδικας.

4.3 Όροι εκτέλεσης της σύμβασης

Κατά την εκτέλεση της σύμβασης ο ανάδοχος τηρεί τις υποχρεώσεις στους τομείς του περιβαλλοντικού, κοινωνικοασφαλιστικού και εργατικού δικαίου, που έχουν θεσπιστεί με το δίκαιο της Ένωσης, το εθνικό δίκαιο, συλλογικές συμβάσεις ή διεθνείς διατάξεις περιβαλλοντικού, κοινωνικοασφαλιστικού και εργατικού δικαίου, οι οποίες απαριθμούνται στο Παράρτημα Χ του Προσαρτήματος Α του ν. 4412/2016.

Η τήρηση των εν λόγω υποχρεώσεων από τον ανάδοχο και τους υπεργολάβους του ελέγχεται και βεβαιώνεται από τα όργανα που επιβλέπουν την εκτέλεση της σύμβασης και τις αρμόδιες δημόσιες αρχές και υπηρεσίες που ενεργούν εντός των ορίων της ευθύνης και της αρμοδιότητάς τους.

4.4 Υπεργολαβία

4.4.1. Ο Ανάδοχος δεν απαλλάσσεται από τις συμβατικές του υποχρεώσεις και ευθύνες λόγω ανάθεσης της εκτέλεσης τμήματος/τμημάτων της σύμβασης σε υπεργολάβους. Η τήρηση των υποχρεώσεων της παρ. 2 του άρθρου 18 του ν. 4412/2016 από υπεργολάβους δεν αίρει την ευθύνη του κυρίου αναδόχου.

4.4.2. Κατά την υπογραφή της σύμβασης ο κύριος ανάδοχος υποχρεούται να αναφέρει στην αναθέτουσα αρχή το όνομα, τα στοιχεία επικοινωνίας και τους νόμιμους εκπροσώπους των υπεργολάβων του, οι οποίοι συμμετέχουν στην εκτέλεση αυτής, εφόσον είναι γνωστά τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Επιπλέον, υποχρεούται να γνωστοποιεί στην αναθέτουσα αρχή κάθε αλλαγή των πληροφοριών αυτών, κατά τη διάρκεια της σύμβασης, καθώς και τις απαιτούμενες πληροφορίες σχετικά με κάθε νέο υπεργολάβο, τον οποίο ο κύριος ανάδοχος χρησιμοποιεί εν συνεχεία στην εν λόγω σύμβαση, προσκομίζοντας τα σχετικά συμφωνητικά/δηλώσεις συνεργασία. Σε περίπτωση διακοπής της συνεργασίας του Αναδόχου με υπεργολάβο/ υπεργολάβους της σύμβασης, αυτός υποχρεούται σε άμεση γνωστοποίηση της διακοπής αυτής στην Αναθέτουσα Αρχή, οφείλει δε να διασφαλίσει την ομαλή εκτέλεση του τμήματος/ των τμημάτων της σύμβασης είτε από τον ίδιο, είτε από νέο υπεργολάβο τον οποίο θα γνωστοποιήσει στην αναθέτουσα αρχή κατά την ως άνω διαδικασία.

4.4.3. Η αναθέτουσα αρχή επαληθεύει τη συνδρομή των λόγων αποκλεισμού για τους υπεργολάβους, όπως αυτοί περιγράφονται στην παράγραφο 2.2.3 και με τα αποδεικτικά μέσα της παραγράφου 2.2.8.2 της παρούσας, εφόσον το(α) τμήμα(τα) της σύμβασης, το(α) οποίο(α) ο ανάδοχος προτίθεται να αναθέσει υπό μορφή υπεργολαβίας σε τρίτους, υπερβαίνουν σωρευτικά το ποσοστό του τριάντα τοις εκατό (30%) της συνολικής αξίας της σύμβασης. Επιπλέον, προκειμένου να μην αθετούνται οι υποχρεώσεις της παρ. 2 του άρθρου 18 του ν. 4412/2016, δύναται να επαληθεύσει τους ως άνω λόγους και για τμήμα ή τμήματα της σύμβασης που υπολείπονται του ως άνω ποσοστού.

Όταν από την ως άνω επαλήθευση προκύπτει ότι συντρέχουν λόγοι αποκλεισμού απαιτεί ή δύναται να απαιτήσει την αντικατάστασή του, κατά τα ειδικότερα αναφερόμενα στις παρ. 5 και 6 του άρθρου 131 του ν. 4412/2016.

4.5 Τροποποίηση σύμβασης κατά τη διάρκειά της

Η σύμβαση μπορεί να τροποποιείται κατά τη διάρκειά της, χωρίς να απαιτείται νέα διαδικασία σύναψης σύμβασης, μόνο σύμφωνα με τους όρους και τις προϋποθέσεις του άρθρου 132 του ν. 4412/2016 και κατόπιν γνωμοδότησης της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής του έργου.

4.6 Δικαίωμα μονομερούς λύσης της σύμβασης

4.6.1. Η αναθέτουσα αρχή μπορεί, με τις προϋποθέσεις που ορίζουν οι κείμενες διατάξεις, να καταγγείλει τη σύμβαση κατά τη διάρκεια της εκτέλεσής της, εφόσον:

α) η σύμβαση έχει υποστεί ουσιώδη τροποποίηση, κατά την έννοια της παρ. 4 του άρθρου 132 του ν. 4412/2016, που θα απαιτούσε νέα διαδικασία σύναψης σύμβασης

β) ο ανάδοχος, κατά το χρόνο της ανάθεσης της σύμβασης, τελούσε σε μια από τις καταστάσεις που αναφέρονται στην παράγραφο 2.2.3.1 και, ως εκ τούτου, θα έπρεπε να έχει αποκλειστεί από τη διαδικασία σύναψης της σύμβασης,

γ) η σύμβαση δεν έπρεπε να ανατεθεί στον ανάδοχο λόγω σοβαρής παραβίασης των υποχρεώσεων που υπέχει από τις Συνθήκες και την Οδηγία 2014/24/ΕΕ, η οποία έχει αναγνωρισθεί με απόφαση του Δικαστηρίου της Ένωσης στο πλαίσιο διαδικασίας δυνάμει του άρθρου 258 της Συνθήκης Λειτουργίας της Ε.Ε..

4.6.2. Οι αναθέτουσες αρχές, υπό τις προϋποθέσεις που ορίζουν οι κείμενες διατάξεις, καταγγέλλουν υποχρεωτικά μια δημόσια σύμβαση κατά τη διάρκειά της εκτέλεσής της, εφόσον συντρέχει η περίπτωση της παρ. 5 ή της παρ. 7 του άρθρου 68 του ν. 3863/2010 (Α'115).

5. ΕΙΔΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

5.1 Τρόπος πληρωμής

5.1.1. Η πληρωμή του αναδόχου θα πραγματοποιηθεί με τον πιο κάτω τρόπο:

α) Το **100%** της συμβατικής αξίας μετά την οριστική παραλαβή των υπηρεσιών. Δύναται να υπάρξουν έως και δύο (2) ενδιάμεσες πληρωμές. Αίτημα για την πρώτη ενδιάμεση πληρωμή μπορεί υποβληθεί από τον ανάδοχο μετά το πέρας του πρώτου 12μήνου από τη σύναψη της σύμβασης και πρέπει να συνοδεύεται από βεβαίωση οριστικής παραλαβής των υπηρεσιών της σύμβασης του χρονικού διαστήματος που αφορά το αίτημα. Αίτημα για την δεύτερη ενδιάμεση πληρωμή μπορεί υποβληθεί από τον ανάδοχο μετά το πέρας του δεύτερου 12μήνου από τη σύναψη της σύμβασης και πρέπει να συνοδεύεται από βεβαίωση οριστικής παραλαβής των υπηρεσιών της σύμβασης του χρονικού διαστήματος που αφορά το αίτημα. Η πληρωμή που καταβάλλεται μετά από κάθε αίτημα που αντιστοιχεί στην αξία των υπηρεσιών που παρασχέθηκαν στο χρονικό διάστημα το οποίο αφορά το αίτημα. Κάθε αίτημα πληρωμής, είτε ενδιάμεσης είτε τελικής, οφείλει να συνοδεύεται από έκθεση πεπραγμένων στην οποία γίνεται εκτενής αναφορά στα στοιχεία των ενεργειών και στις δαπάνες που υλοποιήθηκαν κατά την περίοδο που αφορά η αίτηση πληρωμής. Στην έκθεση αναφέρονται αναλυτικά τα παραστατικά και συνοδευτικά έγγραφα δαπανών των προμηθευτών, των συνεργατών και του αναδόχου, τα οποία σχετίζονται με την υλοποίηση των επιλέξιμων για χρηματοδότηση από την ΕΕ δράσεων που θα υλοποιήσει ο Ανάδοχος για λογαριασμό της Αναθέτουσας Αρχής.

β) Με τη χορήγηση έντοκης προκαταβολής μέχρι ποσοστού είκοσι τοις εκατό (20%) της συμβατικής αξίας χωρίς Φ.Π.Α., με την κατάθεση ισόποσης εγγύησης η οποία θα καλύπτει τη διαφορά μεταξύ του ποσού της εγγύησης καλής εκτέλεσης και του ποσού της καταβαλλόμενης προκαταβολής, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 72§1 περ. δ του ν. 4412/2016 και 4.1. της παρούσας και την καταβολή του υπολοίπου μετά την οριστική παραλαβή των υπηρεσιών. Η αίτηση για την λήψη προκαταβολής μπορεί να υποβληθεί ως εξής:

- i. Αίτηση προκαταβολής 10% της συμβατικής αξίας χωρίς Φ.Π.Α. με την υπογραφή της Σύμβασης.
- ii. Αίτηση προκαταβολής 10% της συμβατικής αξίας χωρίς Φ.Π.Α. με την οριστική παραλαβή του 1^{ου} παραδοτέου του έργου (Στρατηγική και ταυτότητα εκστρατείας και Αναλυτικό σχέδιο Δράσεων), το οποίο θα υποβληθεί 1 μήνα από την υπογραφή της σύμβασης.

Η καταβολή της προκαταβολής κάθε φορά γίνεται εντός 30 ημερών από την υποβολή του αιτήματος και την κατάθεση της απαραίτητης εγγύησης.

Η παραπάνω προκαταβολή θα είναι έντοκη. Κατά την εξόφληση θα παρακρατείται τόκος επί της εισπραχθείσας προκαταβολής και για το χρονικό διάστημα υπολογιζόμενου από την ημερομηνία λήψεως μέχρι την ημερομηνία οριστικής και ποιοτικής παραλαβής. Για τον υπολογισμό του τόκου θα λαμβάνεται υπόψη το ύψος του επιτοκίου των εντόκων γραμματίων του Δημοσίου 12μηνιας διάρκειας που θα ισχύει κατά την ημερομηνία λήψης της προκαταβολής προσαυξημένο κατά 0,25 ποσοστιαίες μονάδες το οποίο θα παραμένει σταθερό μέχρι την εξάντληση του ποσού της χορηγηθείσας προκαταβολής.

Η πληρωμή του συμβατικού τιμήματος θα γίνεται με την προσκόμιση των νόμιμων παραστατικών και δικαιολογητικών που προβλέπονται από τις διατάξεις του άρθρου 200 παρ. 5 του ν. 4412/2016, καθώς και κάθε άλλου δικαιολογητικού που τυχόν ήθελε ζητηθεί από τις αρμόδιες υπηρεσίες που διενεργούν τον έλεγχο και την πληρωμή. Ο ανάδοχος θα υποβάλει πέραν των παραστατικών που ο ίδιος εκδίδει, αντίγραφα των παραστατικών των προμηθευτών και υπερπολύων του, τις πληρωμές και εξοφλήσεις αυτών καθώς και ό,τι άλλο κριθεί απαραίτητο κατά τον έλεγχο των δαπανών που θα διενεργείται κάθε φορά από την αρμόδια αρχή για την παρακολούθηση και τον έλεγχο των απλών προγραμμάτων προώθησης (Διεύθυνση Αγροτικής Πολιτικής, Διεθνών Σχέσεων και Προώθησης Προϊόντων του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων) και την αρμόδια αρχή για τη χορήγηση των οικονομικών ενισχύσεων στο πλαίσιο των απλών προγραμμάτων προώθησης (Διεύθυνση Άμεσων Ενισχύσεων και Αγοράς του Ο.Π.Ε.Κ.Ε.Π.Ε.).

5.1.2. Τον Ανάδοχο βαρύνουν οι υπέρ τρίτων κρατήσεις, ως και κάθε άλλη επιβάρυνση, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, μη συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α., την παροχή της υπηρεσίας στον τόπο και με τον τρόπο που προβλέπεται στα έγγραφα της σύμβασης. Ιδίως βαρύνεται με τις ακόλουθες κρατήσεις:

α) Κράτηση 0,06% η οποία υπολογίζεται επί της αξίας κάθε πληρωμής προ φόρων και κρατήσεων της αρχικής, καθώς και κάθε συμπληρωματικής σύμβασης Υπέρ της Ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων επιβάλλεται (άρθρο 4 Ν.4013/2011 όπως ισχύει)

β) Κράτηση ύψους 0,02% υπέρ του Δημοσίου, η οποία υπολογίζεται επί της αξίας, εκτός ΦΠΑ, της αρχικής, καθώς και κάθε συμπληρωματικής σύμβασης. Το ποσό αυτό παρακρατείται σε κάθε πληρωμή από την αναθέτουσα αρχή στο όνομα και για λογαριασμό της Γενικής Διεύθυνσης Δημοσίων Συμβάσεων και Προμηθειών σύμφωνα με την παρ. 6 του άρθρου 36 του ν. 4412/2016.

γ) Κράτηση 0,06% η οποία υπολογίζεται επί της αξίας κάθε πληρωμής προ φόρων και κρατήσεων της αρχικής καθώς και κάθε συμπληρωματικής σύμβασης υπέρ της Αρχής Εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών (άρθρο 350 παρ. 3 του ν. 4412/2016) .

Οι υπέρ τρίτων κρατήσεις υπόκεινται στο εκάστοτε ισχύον αναλογικό τέλος χαρτοσήμου 3% και στην επ' αυτού εισφορά υπέρ ΟΓΑ 20%.

Με κάθε πληρωμή θα γίνεται η προβλεπόμενη από την κείμενη νομοθεσία παρακράτηση φόρου εισοδήματος αξίας 8% επί του καθαρού ποσού.

5.2 Κήρυξη οικονομικού φορέα εκπτώτου - Κυρώσεις

5.2.1. Ο ανάδοχος, με την επιφύλαξη της συνδρομής λόγων ανωτέρας βίας, κηρύσσεται υποχρεωτικά έκπτωτος από την σύμβαση και από κάθε δικαίωμα που απορρέει από αυτήν, εάν δεν εκπληρώσει τις συμβατικές του υποχρεώσεις ή δεν συμμορφωθεί με τις γραπτές εντολές της αναθέτουσας αρχής, που είναι σύμφωνες με την σύμβαση ή τις κείμενες διατάξεις και εάν υπερβεί υπαίτια τη συνολική προθεσμία εκτέλεσης της σύμβασης, λαμβανομένων υπόψη των παρατάσεων.

Στην περίπτωση αυτή του κοινοποιείται ειδική όχληση, η οποία περιλαμβάνει συγκεκριμένη περιγραφή των ενεργειών στις οποίες οφείλει να προβεί αυτός, θέτοντας προθεσμία για τη συμμόρφωσή του, η οποία δεν μπορεί να είναι μικρότερη των δεκαπέντε (15) ημερών. Αν η προθεσμία που τεθεί με την ειδική όχληση παρέλθει χωρίς να συμμορφωθεί, κηρύσσεται αιτιολογημένα έκπτωτος μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από την άπρακτη πάροδο της ως άνω προθεσμίας συμμόρφωσης.

Στον ανάδοχο που κηρύσσεται έκπτωτος από την σύμβαση, επιβάλλονται, μετά από κλήση του για παροχή εξηγήσεων, αθροιστικά, οι παρακάτω κυρώσεις:

α) ολική κατάπτωση της εγγύησης καλής εκτέλεσης της σύμβασης,
β) είσπραξη εντόκως της προκαταβολής που χορηγήθηκε, είτε από ποσόν που δικαιούται να λάβει, είτε με κατάθεση του ποσού από τον ίδιο, είτε με κατάπτωση της εγγύησης προκαταβολής. Ο υπολογισμός των τόκων γίνεται από την ημερομηνία λήψης της προκαταβολής μέχρι την ημερομηνία έκδοσης της απόφασης κήρυξης του ως εκπτώτου, με το ισχύον κάθε φορά ανώτατο όριο επιτοκίου για τόκο από δικαιοπραξία, από την ημερομηνία δε αυτή και μέχρι της επιστροφής της, με το ισχύον κάθε φορά επιτόκιο για τόκο υπερημερίας.

Επιπλέον, μπορεί να του επιβληθεί ο προβλεπόμενος από το άρθρο 74 του ν. 4412/2016 αποκλεισμός από τη συμμετοχή του σε διαδικασίες δημοσίων συμβάσεων.

5.2.2. Αν οι υπηρεσίες παρασχεθούν από υπαιτιότητα του αναδόχου μετά τη λήξη της διάρκειας της σύμβασης και μέχρι λήξης του χρόνου της παράτασης που χορηγήθηκε, επιβάλλονται εις βάρος του ποινικές ρήτρες, με αιτιολογημένη απόφαση της αναθέτουσας αρχής.

Οι ποινικές ρήτρες υπολογίζονται ως εξής:

α) για καθυστέρηση που περιορίζεται σε χρονικό διάστημα που δεν υπερβαίνει το 50% της προβλεπόμενης συνολικής διάρκειας της σύμβασης ή σε περίπτωση τμηματικών/ενδιαμέσων προθεσμιών της αντίστοιχης προθεσμίας επιβάλλεται ποινική ρήτρα 2,5% επί της συμβατικής αξίας χωρίς ΦΠΑ των υπηρεσιών που παρασχέθηκαν εκπρόθεσμα,

β) για καθυστέρηση που υπερβαίνει το 50% επιβάλλεται ποινική ρήτρα 5% χωρίς ΦΠΑ επί της συμβατικής αξίας των υπηρεσιών που παρασχέθηκαν εκπρόθεσμα,

γ) οι ποινικές ρήτρες για υπέρβαση των τμηματικών προθεσμιών είναι ανεξάρτητες από τις επιβαλλόμενες για υπέρβαση της συνολικής διάρκειας της σύμβασης και δύνανται να ανακαλούνται με αιτιολογημένη απόφαση της αναθέτουσας αρχής, αν οι υπηρεσίες που αφορούν στις ως άνω τμηματικές προθεσμίες παρασχεθούν μέσα στη συνολική της διάρκεια και τις εγκεκριμένες παρατάσεις αυτής και με την προϋπόθεση ότι το σύνολο της σύμβασης έχει εκτελεστεί πλήρως.

Το ποσό των ποινικών ρητρών αφαιρείται/συμψηφίζεται από/με την αμοιβή του αναδόχου.

Η επιβολή ποινικών ρητρών δεν στερεί από την αναθέτουσα αρχή το δικαίωμα να κηρύξει τον ανάδοχο έκπτωτο.

5.3 Διοικητικές προσφυγές κατά τη διαδικασία εκτέλεσης

Ο ανάδοχος μπορεί κατά των αποφάσεων που επιβάλλουν σε βάρος του κυρώσεις, δυνάμει των όρων των παραγράφων 5.2 (Κήρυξη οικονομικού φορέα εκπτώτου – Κυρώσεις) και 6.4. (Απόρριψη παραδοτέων – Αντικατάσταση), να υποβάλει προσφυγή για λόγους νομιμότητας και ουσίας ενώπιον του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ, μέσα σε ανατρεπτική προθεσμία τριάντα (30) ημερών από την ημερομηνία που έλαβε γνώση της σχετικής απόφασης. Επί της προσφυγής, αποφασίζει το Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ, ύστερα από γνωμοδότηση της Επιτροπής Παρακολούθησης και Παραλαβής του έργου.

Η εν λόγω απόφαση δεν επιδέχεται προσβολή με άλλη οποιασδήποτε φύσεως διοικητική προσφυγή.

6. ΕΙΔΙΚΟΙ ΟΡΟΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ

6.1 Παρακολούθηση της σύμβασης

6.1.1 Με απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής συγκροτείται Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του έργου (ΕΠΠΕ) η οποία θα εισηγείται στο Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ για όλα τα ζητήματα που αφορούν στην προσήκουσα εκτέλεση όλων των όρων της σύμβασης και στην εκπλήρωση των υποχρεώσεων του Αναδόχου. Κατά τη διάρκεια υλοποίησης του Έργου, ο Ανάδοχος υποχρεούται να συμμορφώνεται με τις υποδείξεις της ΕΠΠΕ, έργο της οποίας είναι η παρακολούθηση και ο έλεγχος της πορείας υλοποίησης του έργου από τον Ανάδοχο καθώς και η οριστική ποιοτική και ποσοτική παραλαβή των παραδοτέων και του έργου.

6.1.2. Η ΕΠΠΕ ή/και ο Υπεύθυνος για τη Διαχείριση και Υλοποίηση του Προγράμματος ή/και η Διοίκηση της Αναθέτουσας Αρχής έχουν το δικαίωμα να προσκαλούν τον Ανάδοχο σε συσκέψεις, κατά τις οποίες θα παρουσιάζει την πρόοδο του έργου του, θα συζητούνται προβλήματα ή γενικώς θέματα που ανακύπτουν κατά τη διάρκεια υλοποίησης του έργου και θα δίδονται οδηγίες, κατευθύνσεις και διευκρινίσεις εκατέρωθεν.

6.2 Διάρκεια σύμβασης

6.2.1. Η διάρκεια της Σύμβασης ορίζεται σε 36 μήνες.

6.3 Παραλαβή του αντικειμένου της σύμβασης

Η ποιοτική και ποσοτική παραλαβή των Παραδοτέων γίνεται από την Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του έργου (ΕΠΠΕ), με την παρακάτω διαδικασία:

1. Ο Ανάδοχος υποβάλλει στο πρωτόκολλο της Αναθέτουσας Αρχής τα Παραδοτέα σε τρία (3) αντίτυπα, σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή που θα είναι πλήρως επεξεργάσιμη.
2. Η ΕΠΠΕ αξιολογεί τα παραδοτέα βάσει της συνέπειας, πληρότητας και σαφήνιάς τους σε σχέση με το αντικείμενο του έργου, όπως αυτό περιγράφεται στην παρούσα.
3. Η ΕΠΠΕ, κοινοποιεί στον Ανάδοχο εγγράφως τις παρατηρήσεις της επί του περιεχομένου των Παραδοτέων, συμπεριλαμβανομένων παρατηρήσεων επί των υποχρεώσεων του Αναδόχου κατά την εξεταζόμενη περίοδο. Οι παρατηρήσεις αυτές κοινοποιούνται εντός διαστήματος δεκαπέντε (15) εργασίμων ημερών από την υποβολή του εκάστοτε Παραδοτέου.
4. Εάν παρέλθει το προηγούμενο χρονικό διάστημα των δεκαπέντε (15) εργασίμων ημερών, χωρίς η ΕΠΠΕ να κοινοποιήσει στον Ανάδοχο παρατηρήσεις, τότε τα παραδοτέα θεωρούνται παραληφθέντα καθώς και οι αντίστοιχες υπηρεσίες του Αναδόχου που αποτυπώνονται και τεκμηριώνονται σ' αυτά.
5. Οι παρατηρήσεις της ΕΠΠΕ επί των Παραδοτέων είναι δυνατόν να περιλαμβάνουν: (α) Καταγραφή ελλείψεων στο περιεχόμενο των παραδοτέων (β) Επισήμανση σημείων μη ικανοποιητικής υλοποίησης των ενεργειών από τον Ανάδοχο και (γ) Ειδικότερες επισημάνσεις για τη συνέχιση του έργου του Αναδόχου.
6. Ο Ανάδοχος υποχρεούται να επανυποβάλλει τα σχετικά έγγραφα σύμφωνα με τις διαπιστωθείσες ελλείψεις, εντός χρονικού διαστήματος δέκα (10) εργασίμων ημερών από την ημερομηνία παραλαβής από τον Ανάδοχο των σχετικών παρατηρήσεων ή/και να προβεί στις απαραίτητες διορθωτικές ενέργειες και στη βελτίωση των παρεχομένων υπηρεσιών του, στα σημεία που του επισημάνθηκαν.
7. Η επανυποβολή Παραδοτέου μπορεί να πραγματοποιηθεί μέχρι δύο (2) φορές. Εάν και μετά τη δεύτερη επανυποβολή, το Παραδοτέο, δεν θεωρηθεί κατά την κρίση της ΕΠΠΕ ικανοποιητικό, η Αναθέτουσα Αρχή με έγγραφό της κοινοποιεί στον Ανάδοχο εντός διαστήματος δέκα (10) εργασίμων ημερών, ειδική όχληση σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 203 του ν.4412/2016.

Εάν η προθεσμία που θα τεθεί, με την ειδική όχληση, παρέλθει χωρίς ο Ανάδοχος να συμμορφωθεί, τότε με απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής ο Ανάδοχος κηρύσσεται έκπτωτος.

8. Η παρακολούθηση του Έργου του Αναδόχου από την ΕΠΠΕ, δεν απαλλάσσει τον Ανάδοχο από την ευθύνη του για σφάλματα, ανακρίβειες ή παραλείψεις που θα διαπιστωθούν κατά την οριστική παραλαβή του έργου και τα οποία ο Ανάδοχος υποχρεούται να αναμορφώσει σύμφωνα με τα ανωτέρω οριζόμενα, έστω κι αν αυτά δεν διαπιστώθηκαν κατά την υλοποίηση του έργου.
9. Η ΕΠΠΕ, εφόσον διαπιστώσει: 1ον) την εμπρόθεσμη παράδοση, 2ον) την ολοκλήρωση του εκάστου παραδοτέου και αφού ελέγξει και αναφέρει ρητά τις εκτελεσθείσες εργασίες, την πραγματοποίηση των τυχόν διορθώσεων ή συμπληρώσεων που απαιτήθηκαν για την άρση των μη συμμορφώσεων, συντάσσει πρακτικό οριστικής ποιοτικής και ποσοτικής παραλαβής, ανά παραδοτέο, εις τριπλούν και το υποβάλλει προς έγκριση από το Διοικητικό Συμβούλιο της Αναθέτουσας Αρχής.
10. Η οριστική παραλαβή του συνόλου των παραδοτέων της παρούσας διακήρυξης πραγματοποιείται μετά την ολοκλήρωση του συνόλου των ενεργειών του έργου:
 - με τη σύνταξη του πρακτικού οριστικής ποιοτικής και ποσοτικής παραλαβής του τελευταίου παραδοτέου, στο οποίο πιστοποιείται αφενός η οριστική παραλαβή αυτού και αφετέρου η οριστική παραλαβή του συνόλου του έργου
 - και την έκδοση απόφασης έγκρισης από το Διοικητικό Συμβούλιο της Αναθέτουσας αρχής.
11. Με απόφαση της Αναθέτουσας Αρχής, κατόπιν εισήγησης της ΕΠΠΕ, τα ανωτέρω οριζόμενα χρονικά διαστήματα (των δέκα εργάσιμων ημερών) δύνανται να τροποποιούνται σε ειδικές περιπτώσεις, και όταν αυτό απαιτείται από τη φύση των ενεργειών.
12. Μέλος/η της ΕΠΠΕ δύναται να προβαίνει/ουν σε επιτόπιους ελέγχους προκειμένου να διαπιστώσει/ουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών του Αναδόχου. Μετά τον επιτόπιο έλεγχο συντάσσεται πρακτικό της ΕΠΠΕ. Εφόσον σε αυτό διατυπωθούν παρατηρήσεις-επισημάνσεις, κοινοποιείται στον Ανάδοχο και αυτός υποχρεούται να προβεί στις απαιτούμενες ενέργειες (π.χ. διορθωτικές ενέργειες, σχετικές αιτιολογήσεις), εντός του χρονικού διαστήματος που θα οριστεί από την ΕΠΠΕ.
13. Τυχόν επισημάνσεις της ΕΠΠΕ που αφορούν δράσεις που πρόκειται να επαναληφθούν, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη από τον Ανάδοχο.

6.4 Απόρριψη παραδοτέων – Αντικατάσταση

Σε περίπτωση οριστικής απόρριψης ολόκληρου ή μέρους των παρεχόμενων υπηρεσιών ή /και παραδοτέων, με απόφαση της αναθέτουσας αρχής μπορεί να εγκρίνεται αντικατάσταση των υπηρεσιών ή/και παραδοτέων αυτών με άλλα, που να είναι σύμφωνα με τους όρους της σύμβασης, μέσα σε τακτή προθεσμία που ορίζεται από την απόφαση αυτή.

Αν ο Ανάδοχος δεν αντικαταστήσει τις υπηρεσίες ή/και τα παραδοτέα που απορρίφθηκαν μέσα στην προθεσμία που του τάχθηκε και εφόσον έχει λήξει η συνολική διάρκεια, κηρύσσεται έκπτωτος και υπόκειται στις προβλεπόμενες κυρώσεις.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – Αναλυτική Περιγραφή Φυσικού και Οικονομικού Αντικειμένου της Σύμβασης

ΜΕΡΟΣ Α - ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ – ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ – ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

ΜΕΡΟΣ Β - ΤΜΗΜΑΤΑ ΥΠΟΒΛΗΘΕΙΣΑΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ , ΤΙΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΤΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ

ΜΕΡΟΣ Α: Περιγραφή φυσικού αντικειμένου της σύμβασης – Παραδοτέα – Ανάλυση προϋπολογισμού της Σύμβασης

A1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η αμερικανική και καναδική αγορά αποτελούν δύο βασικές αγορές για την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ λόγω της ελληνικής διασποράς. Είναι σημαντική σε μέγεθος (επίσημα στοιχεία αναφέρονται σε 1.280.770 στις ΗΠΑ και 253.000 στον Καναδά, αλλά οι εκτιμήσεις βάζουν τα πραγματικά στοιχεία διπλάσιο από αυτή). Η ζήτηση για ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ από τον ελληνικό πληθυσμό των χωρών αυτών αυξάνεται, όπως και το ενδιαφέρον των τοπικών εισαγωγέων που έχουν επαφές στην Ελλάδα. Ωστόσο, ο στόχος της δράσης δεν είναι να επικεντρωθεί μόνο στην ελληνική κοινότητα - γνωρίζει οπωσδήποτε την ευρωπαϊκή "Φέτα" ΠΟΠ και θα ενδιαφερθεί αυθόρμητα για όλες τις ενέργειες που σχεδιάζονται - αλλά να αυξηθεί το επίπεδο γνώσεων των καταναλωτών μεταξύ του τοπικού πληθυσμού-στόχου, να αξιοποιηθεί πλήρως το αξιοσημείο δυναμικό των προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ και να γίνει η Φέτα ΠΟΠ συνειδητή επιλογή για τους καταναλωτές στις ΗΠΑ και στον Καναδά.

Οι δράσεις στοχεύουν (ομάδες-στόχοι):

1. Καταναλωτές μεσαίας και υψηλής κοινωνικοοικονομικής κατάστασης (ηλικιακές ομάδες: 18 -25, 26-35, 36-54, 55+)
2. Διαμορφωτές κοινής γνώμης (αναγνωρισμένοι επαγγελματίες στη βιομηχανία τροφίμων σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, δημοσιογράφοι, διατροφολόγοι-διαιτολόγοι, σύμβουλοι διατροφής για χορτοφάγους, bloggers τροφίμων, οργανώσεις καταναλωτών κτλ)
3. Επαγγελματίες διανομείς τροφίμων (εισαγωγείς, εκπρόσωποι μεγάλων πρατηρίων, χονδρέμποροι, λιανέμποροι κτλ)
4. HORECA (ιδιοκτήτες εστιατορίων, υπεύθυνοι τροφίμων και ποτών, προσωπικό προμηθειών σε εταιρείες εστίασης (catering), σεφ, κτλ.)

Οι κύριοι στόχοι της δράσης για τις αγορές-στόχους οι οποίοι είναι σύμφωνοι με την πολιτική και τους κανόνες της ΕΕ για τα γεωργικά προϊόντα της Ένωσης και τον τρόπο προώθησής τους, παρατίθενται παρακάτω:

1. Να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση κατά 30% στο κοινό-στόχο σχετικά με το γεγονός ότι η ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ είναι η μόνη αυθεντική φέτα.
Η γνώση είναι το πιο σημαντικό όπλο για να σταματήσει το προϊόν να υπονομεύεται και οι καταναλωτές να παραπλανούνται. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η μεγάλη πλειοψηφία των καταναλωτών στις ΗΠΑ και τον Καναδά καταναλώνουν ήδη άσπρο τυρί σε άλμη, θεωρώντας ότι είναι φέτα, πιστεύουμε ότι η αύξηση της ευαισθητοποίησης μπορεί να είναι ακόμα υψηλότερη από το στόχο του 30%.

Το κοινό-στόχος θα :

- Ενημερωθεί για τις διαφορές ποιότητας και γεύσης μεταξύ της Φέτας ΠΟΠ και του λευκού τυριού σε άλμη και για τα αναμφισβήτητα πλεονεκτήματα της Φέτας ΠΟΠ. Θα επισημανθεί η ανώτερη ποιότητα του προϊόντος και οι υψηλές προδιαγραφές που ακολουθούνται σε όλα τα στάδια παραγωγής, επεξεργασίας, τυποποίησης και συσκευασίας, προκειμένου η Φέτα ΠΟΠ να αποτελέσει συνειδητή επιλογή από τους καταναλωτές, ενισχύοντας έτσι την ανταγωνιστικότητα του γεωργικού τομέα της ΕΕ.
- Ενημερωθεί σχετικά με τα πλεονεκτήματα της Φέτας ΠΟΠ, σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα ποιότητας και ασφάλειας όσον αφορά την προέλευση, την ιχνηλασιμότητα, την αυθεντικότητα, την επισήμανση, τη συσκευασία, την ευελιξία στη χρήση ως συστατικού σε συνταγές, τη συντήρηση και τη θρεπτική αξία για την υγεία και τη μακροζωία.
Η χρήση του σλόγκαν της Ευρωπαϊκής Επιτροπής " Enjoy! It's from Europe." θα ενισχύσει αυτή την προσπάθεια.

2. Να επιτευχθεί αύξηση κατά 81%, τουλάχιστον με συντηρητική προσέγγιση και 107% με ρεαλιστική προσέγγιση των εξαγωγών της Φέτας ΠΟΠ στις 2 αγορές-στόχους που έχουν κατακλυστεί από λευκό τυρί σε άλμη και απομιμήσεις φέτας (στις ΗΠΑ η κατανάλωση λευκού τυριού σε άλμη το χρόνο φτάνει στο 98%).

Σε μια ήδη μεγάλη αγορά η οποία έχει πλημμυρίσει με απομιμήσεις φέτας, η μετατόπιση της ζήτησης από τις απομιμήσεις στην ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ, ως συνέπεια των καλά σχεδιασμένων επικοινωνιακών δραστηριοτήτων, θα οδηγήσει σε αύξηση του μεριδίου της αγοράς και κατ' επέκταση αύξηση των εξαγωγών Φέτας ΠΟΠ, αύξηση της παραγωγής γάλακτος και των εισοδημάτων των κτηνοτρόφων, ενισχύοντας έτσι σημαντικά τον πρωτογενή τομέα. Οι ενέργειες προβολής και προώθησης θα πρέπει να στοχεύουν στην:

- Αύξηση της εξοικείωσης των καταναλωτών με την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ και υπενθύμιση της διασύνδεσης του προϊόντος με τα ευρωπαϊκά συστήματα ποιότητας.
- Αξιοποίηση της συνεχιζόμενης αύξησης της κατανάλωσης τυριού στις αγορές-στόχους και ιδιαίτερα της συνεχούς αύξησης της κατανάλωσης λευκών τυριών σε άλμη
- Αξιοποίηση του σαφούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της ευρωπαϊκής "Φέτας" ΠΟΠ έναντι του λευκού τυριού σε άλμη. Μετατόπιση της ζήτησης από λευκό τυρί σε άλμη σε ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ.
- Αξιοποίηση του υπάρχοντος δικτύου διανομής, επέκτασή του για να ανταποκριθεί στην αύξηση της ζήτησης, επίτευξη μακροπρόθεσμου αντίκτυπου μέσω στοχευμένων ενεργειών προβολής και προώθησης.

Το βασικό μήνυμα του έργου είναι «Feta PDO. Let's get real!».

A2. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Υλοποίηση: Εκτελεστικός Οργανισμός

1. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Δράση: 1.1 Συνεχείς δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων (γραφείο δημοσίων σχέσεων)

Περιγραφή Δράσης:

Διανομή πληροφοριακού υλικού και δειγμάτων Φέτας ΠΟΠ (press kit), στους διαμορφωτές κοινής γνώμης, συμπεριλαμβανομένων των εξειδικευμένων δημοσιογράφων σε περιοδικά μαγειρικής, των bloggers γαστρονομίας και υγείας, καθώς και των ειδικών διατροφής ή διατροφολόγων. Στόχος είναι να ενημερωθεί το προαναφερόμενο κοινό για το προϊόν Φέτα ΠΟΠ και να τους δοθεί η ευκαιρία να δοκιμάσουν δείγματα. Η δράση θα περιλαμβάνει δημοσίευση 4 εποχιακών δελτίων τύπου ετησίως με συνταγές που συνδυάζουν την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ με τοπικά προϊόντα που αποτελούν τον κύριο άξονα

της διατροφής στις ΗΠΑ και στον Καναδά. Ένας εργαζόμενος αρμόδιος για τις δημόσιες σχέσεις, διαφορετικό πρόσωπο για κάθε χώρα-στόχο, θα είναι υπεύθυνος για την επαφή με το στοχευόμενο κοινό.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
<ul style="list-style-type: none">• 200 πακέτα (press kit)* με πληροφοριακό υλικό και δείγματα Φέτας ΠΟΠ, ΗΠΑ• 200 πακέτα με πληροφοριακό υλικό και δείγματα Φέτας ΠΟΠ, Καναδάς• 8 δελτία τύπου• 2 αποκόμματα τύπου	<ul style="list-style-type: none">• 200 πακέτα (press kit)* με πληροφοριακό υλικό και δείγματα Φέτας ΠΟΠ, ΗΠΑ• 200 πακέτα με πληροφοριακό υλικό και δείγματα Φέτας ΠΟΠ, Καναδάς• 8 δελτία τύπου• 2 αποκόμματα τύπου	<ul style="list-style-type: none">• 200 πακέτα (press kit)* με πληροφοριακό υλικό και δείγματα Φέτας ΠΟΠ, ΗΠΑ• 200 πακέτα με πληροφοριακό υλικό και δείγματα Φέτας ΠΟΠ, Καναδάς• 8 δελτία τύπου• 2 αποκόμματα τύπου

*Η δημιουργία των πακέτων αυτών περιγράφεται στη Δράση 4.3.

Δείκτες αποτελεσμάτων:

15 άρθρα / διαφημιστικά μηνύματα που δημοσιεύονται ανά έτος (online / offline) σε κάθε αγορά.

400 διαμορφωτές κοινής γνώμης, ευαισθητοποιημένοι στις ΗΠΑ και στον Καναδά.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 52.650€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
17.550 €	17.550 €	17.550 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
26.325€	26.325€

1. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Δράση: 1.2 Εκδηλώσεις Τύπου

Περιγραφή Δράσης:

Εκδηλώσεις Τύπου με 200 προσκεκλημένους διαμορφωτές κοινής γνώμης, γαστρονόμους και δημοσιογράφους εξειδικευμένους σε θέματα υγείας και διατροφής και bloggers.

Οι διαμορφωτές κοινής γνώμης θα ενημερωθούν για τα χαρακτηριστικά των ΠΟΠ προϊόντων και ειδικότερα για την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ, προκειμένου να τη διακρίνουν από άλλα λευκά τυριά σε άλμη και για τους κοινωνικούς μηχανισμούς ελέγχου που εξασφαλίζουν την ασφάλεια και την ανώτερη ποιότητα των προϊόντων της ΕΕ.

Η επικοινωνία με δημοσιογράφους, bloggers γαστρονομίας και υγείας, ειδικούς διατροφής και εισαγωγείς προϊόντων διατροφής, κτλ. θα συντελέσει στο να εξοικειωθούν με το μήνυμα της καμπάνιας ώστε να το μεταβιβάσουν και σε άλλα ακροατήρια.

Οι εκδηλώσεις αυτές θα πραγματοποιηθούν σε επιλεγμένους, σύγχρονους και κατάλληλους χώρους. Ο χώρος, το μενού και η ροή εκδηλώσεων θα προσαρμοστούν στη στρατηγική της εκστρατείας. Οι ομιλητές θα επιλέγονται με βάση την τεχνογνωσία τους. Ως δώρο, κάθε προσκεκλημένος θα λάβει ενημερωτικό υλικό για ανάγνωση και αναπαραγωγή και δώρο δείγμα Φέτας ΠΟΠ.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
<ul style="list-style-type: none"> • 1 εκδήλωση ανά αγορά, 100 πακέτα πληροφοριών + δώρα, 1 δελτίο τύπου x 2 αγορές. Αγορές: ΗΠΑ, Καναδάς <ul style="list-style-type: none"> • 200 δημοσιογράφοι / διαμορφωτές κοινής γνώμης 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 εκδήλωση ανά αγορά, 100 πακέτα πληροφοριών + δώρα, 1 δελτίο τύπου x 2 αγορές. Αγορές: ΗΠΑ, Καναδάς <ul style="list-style-type: none"> • 200 δημοσιογράφοι / διαμορφωτές κοινής γνώμης 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 εκδήλωση ανά αγορά, 100 πακέτα πληροφοριών + δώρα, 1 δελτίο τύπου x 2 αγορές. Αγορές: ΗΠΑ, Καναδάς <ul style="list-style-type: none"> • 200 δημοσιογράφοι / διαμορφωτές κοινής γνώμης

Δείκτες αποτελεσμάτων:

300 Διαφημιστικά / Άρθρα / Αναφορές / Μαρτυρίες σε έντυπα και ηλεκτρονικά μέσα χωρίς χρέωση

600 διαμορφωτές κοινής γνώμης ευαισθητοποιημένοι στις ΗΠΑ και στον Καναδά.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 187.920 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
62.640€	62.640€	62.640€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
93.960 €	93.960 €

2. Ιστοσελίδα, Μέσα Κοινωνικής-Δικτύωσης

Δράση: 2.1 Δημιουργία και ενημέρωση Ιστοσελίδας της εκστρατείας

Περιγραφή Δράσης

Επίσημη παρουσία στο διαδίκτυο για την προσέλκυση του κοινού στόχου με τη δημιουργία, ενημέρωση και συντήρηση ιστοσελίδας του προγράμματος για κάθε πλατφόρμα (pc, mac, mobile, tablet), για τις ΗΠΑ και τον Καναδά. Δυνατότητα διασύνδεσης με σχετικούς λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ο ιστότοπος και οι λογαριασμοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram και YouTube), θα είναι προσαρμοσμένοι στην οπτική ταυτότητα του Προγράμματος, θα προωθούν τα βασικά μηνύματα της εκστρατείας, θα διαθέτουν πλούσιο περιεχόμενο που θα ενημερώνεται τακτικά και θα έχουν διαδραστικό χαρακτήρα, ζητώντας από τους επισκέπτες να συμπληρώσουν ερωτηματολόγια που θα χρησιμοποιηθούν για την ανάλυση των αποτελεσμάτων της εκστρατείας. Η ελκυστική ιστοσελίδα θα περιέχει μια συνοπτική περιγραφή των προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ, με έμφαση στην ευρωπαϊκή προέλευσή τους, στα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τα γευστικά (οργανοληπτικά) χαρακτηριστικά. Θα απαριθμεί τις δραστηριότητες του προγράμματος (που θα ενημερώνονται συνεχώς, πριν και μετά από κάθε εκδήλωση, με φωτογραφίες, παρουσιάσεις και αναφορές) και θα περιέχει συμβουλές για τη χρήση της Φέτας ΠΟΠ, προσαρμοσμένες στις διατροφικές συνήθειες της χώρας-στόχου, με βαρύτητα κυρίως στα μίνι γεύματα.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος

Δημιουργία επίσημης ιστοσελίδας για υπολογιστή, tablet, smartphone για τις ΗΠΑ και τον Καναδά.	Ενημέρωση, ανανέωση και συντήρηση ιστοσελίδας	Ενημέρωση, ανανέωση και συντήρηση ιστοσελίδας
--	---	---

Δείκτες αποτελεσμάτων:

1.000.000 προβολές σελίδας μέχρι το τέλος του προγράμματος (3 έτη)

Δημιουργία κοινού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης. 600.000 επισκέψεις στη σελίδα του Facebook μέχρι το τέλος του προγράμματος.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 27.120€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
18.080€	4.520€	4.520€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
13.560 €	13.560 €

2. Ιστοσελίδα, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Δράση: 2.2 Δημιουργία Λογαριασμών σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Περιγραφή Δράσης:

Με δεδομένο ότι η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών στις χώρες-στόχους έχουν λογαριασμούς σε Facebook, Instagram και YouTube, η εκστρατεία θα εστιάσει σε αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι τρεις (3) λογαριασμοί και θα κινούνται στο ίδιο πλαίσιο με τον ιστότοπο: θα ακολουθούν την ίδια οπτική ταυτότητα και τους ίδιους κώδικες επικοινωνίας της Δράσης, προβάλλοντας τα βασικά μηνύματα της εκστρατείας καθώς και πλούσιο περιεχόμενο που θα ενημερώνεται τακτικά, και θα αλληλεπιδρούν με τους επισκέπτες, ζητώντας τους να συμπληρώσουν ερωτηματολόγια που θα χρησιμοποιηθούν για την ανάλυση των αποτελεσμάτων της εκστρατείας. Ο διαχειριστής των λογαριασμών θα αναλάβει να προσθέτει συστηματικά νέο περιεχόμενο: ζωντανή ενημέρωση εκδηλώσεων, πληροφορίες/ενημέρωση σε σχέση με τη δράση ή/και το προϊόν, συνταγές, φωτογραφίες, βίντεο και κάθε είδος σημαντικού ή ενδιαφέροντος σχετικού υλικού. Αυτοί οι τρεις (3) λογαριασμοί θα είναι διασυνδεδεμένοι. Θα χρησιμοποιηθούν για τη διεξαγωγή διαγωνισμών για την προσέλκυση του κοινού, καθώς και ως πρόσκληση για τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων. Επιπλέον, θα παρέχουν απαντήσεις σε μηνύματα/σχόλια σύμφωνα με την οργάνωση και τη διαχείριση της διαφημιστικής εκστρατείας μέσω του Facebook. Επίσης, κατά τη διάρκεια εκδηλώσεων δημοσίων σχέσεων, εκθέσεων, μαθημάτων μαγειρικής κ.λπ., θα προβάλλεται βίντεο σε πραγματικό χρόνο στις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και θα ενθαρρύνονται οι παρευρισκόμενοι να προβάλλουν βίντεο σε πραγματικό χρόνο.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
---------------------	---------------------	---------------------

Δημιουργία ενός συνόλου αλληλοσυνδεόμενων λογαριασμών κοινωνικής δικτύωσης στο Facebook / Instagram / YouTube. Παρακολούθηση και ενημέρωση περιεχομένου, διαχείριση διαφημιστικού περιεχομένου, προσέλκυση επισκεπτών.	Διαχείριση σελίδας Facebook / Instagram / YouTube. Παρακολούθηση και ενημέρωση περιεχομένου, διαχείριση διαφημιστικού περιεχομένου, προσέλκυση επισκεπτών.	Διαχείριση σελίδας Facebook / Instagram / YouTube. Παρακολούθηση και ενημέρωση περιεχομένου, διαχείριση διαφημιστικού περιεχομένου, προσέλκυση επισκεπτών.
--	--	--

Δείκτες αποτελεσμάτων:

900.000 προβολές σελίδας Facebook μέχρι το τέλος του Προγράμματος (3 χρόνια), 80.000 “likes”, 2.000 ερωτηματολόγια που ολοκληρώθηκαν από το στοχευόμενο κοινό, 10.000 συμμετοχές σε διαγωνισμούς, 10.000 προβολές βίντεο στο facebook, 5.000 προβολές βίντεο στο YouTube, 30.000 ακόλουθοι στο Instagram εκτός από την αύξηση του αριθμού των επισκεπτών της επίσημης ιστοσελίδας του προγράμματος.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 45.765€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
18.645€	13.560€	13.560€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
22.882,50€	22.882,50€

3. Διαφήμιση

Δράση: 3.1 Έντυπο διαφημιστικό υλικό

Περιγραφή Δράσης:

Δημοσίευση ολοσέλιδων καταχωρήσεων σε έντυπα μέσα που απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες (consumer and business reviews), με σκοπό την προώθηση της Φέτας ΠΟΠ στο πλαίσιο της μεσογειακής διατροφής και της τοπικής κουζίνας, ώστε να καταστεί μέρος των ημερήσιων διατροφικών συνθηκών του κοινού-στόχου, ειδικά όσον αφορά στα μίνι-γεύματα.

Προκειμένου να μεγιστοποιηθούν τα αποτελέσματα, η δημοσίευση των διαφημίσεων θα συμπίπτει με τις σχετικές δραστηριότητες του προγράμματος (δηλαδή, εκδηλώσεις τύπου και συμμετοχή σε εκθέσεις). Ο έγκαιρος και κατάλληλος σχεδιασμός διαφημιστικού προγράμματος θα μπορούσε να προσφέρει πρόσβαση σε δωρεάν έμμεσες διαφημίσεις.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
<ul style="list-style-type: none"> • 12 διαφημίσεις σε περιοδικά που απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες τροφίμων (consumer and business reviews) - ΗΠΑ • 12 διαφημίσεις σε περιοδικά που 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 διαφημίσεις σε περιοδικά που απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες τροφίμων (consumer and business reviews) - ΗΠΑ • 12 διαφημίσεις σε περιοδικά που 	<ul style="list-style-type: none"> • 12 διαφημίσεις σε περιοδικά που απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες τροφίμων (consumer and business reviews) - ΗΠΑ • 12 διαφημίσεις σε περιοδικά που

απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες τροφίμων (consumer and business reviews) - Καναδάς	απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες τροφίμων (consumer and business reviews) - Καναδάς	απευθύνονται σε καταναλωτές και επιχειρηματίες τροφίμων (consumer and business reviews) - Καναδάς
---	---	---

Δείκτες αποτελεσμάτων:

1. Αριθμός ατόμων που είδαν τις διαφημίσεις: 2.500.000
2. Αριθμός ατόμων, των οποίων ο βαθμός αναγνωρισιμότητας των ευρωπαϊκών γραφικών συμβόλων για τα προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ θα αλλάξει: 400.000 ανά αγορά
3. 1 επιπλέον δωρεάν διαφημιστικό μήνυμα ανά διαφήμιση

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 407.040€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
135.680 €	135.680 €	135.680 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
222.600 €	184.440 €

3. Διαφήμιση

Δράση: 3.2 Διαφήμιση σε τηλεόραση / διαδικτυακή τηλεόραση (Web TV)

Περιγραφή Δράσης

Προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων (spots) σε τηλεοπτικά δίκτυα καθώς και σε διαδικτυακά κανάλια με σκοπό την αποδοτικότερη προβολή της Φέτας ΠΟΠ.

Προκειμένου τα μεταδιδόμενα μηνύματα να έχουν τη μεγαλύτερη απήχηση και να επιτύχουν την πιο αποτελεσματική προβολή του προϊόντος, θα επιλεγθούν τηλεοπτικά δίκτυα που ειδικεύονται στη γαστρονομία ή/και τηλεοπτικά δίκτυα που παρουσιάζουν δημοφιλείς εκπομπές μαγειρικής ή προγράμματα γενικού ενδιαφέροντος με ενότητα μαγειρικής.

Το διαφημιστικό πρόγραμμα θα αναπτυχθεί με βάση το ποσοστό τηλεθέασης στο κοινό-στόχο των στοχευόμενων αγορών, καθώς και το προφίλ και τη δημοφιλία του παρουσιαστή ή/και του σεφ. Εφόσον τα διαδικτυακά τηλεοπτικά κανάλια είναι πολύ δημοφιλή τη σημερινή εποχή και προκειμένου να μεγιστοποιηθούν τα αποτελέσματα της προβολής, μπορεί να επιλεγθούν εκπομπές τόσο από τηλεοπτικά όσο και διαδικτυακά τηλεοπτικά κανάλια.

Η δράση αυτή θα επικεντρωθεί στις ΗΠΑ, αλλά τα αποτελέσματα θα εξαπλωθούν και στην канаδική αγορά καθώς αυτές οι αγορές μοιράζονται μερικές τηλεοπτικές εκπομπές και όλα τα διαδικτυακά κανάλια.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
---------------------	---------------------	---------------------

• 3 παρουσιάσεις σε εκπομπές μαγειρικής σε TV / Web TV - ΗΠΑ	• 3 παρουσιάσεις σε εκπομπές μαγειρικής σε TV / Web TV - ΗΠΑ	• 3 παρουσιάσεις σε εκπομπές μαγειρικής σε TV / Web TV - ΗΠΑ
--	--	--

Δείκτες αποτελεσμάτων:

+ 1.500.000 θεατές στις ΗΠΑ

+ 300.000 θεατές στον Καναδά

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 235.320 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
78.440 €	78.440 €	78.440 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
235.320 €	

3. Διαφήμιση

Δράση: 3.3.1 Διαδικτυακή Διαφήμιση (Google Adwords)

Περιγραφή Δράσης:

Για την προσέλκυση και την ευαισθητοποίηση πιο στοχευμένου κοινού θα χρησιμοποιηθούν τα εργαλεία εμπορικής προώθησης της πλατφόρμας Google Adwords, τοποθετώντας διαφημιστικά πλαίσια (banner) σε στρατηγικά επιλεγμένες ιστοσελίδες τρίτων τα οποία, χρησιμοποιώντας καλά μελετημένες προσκλήσεις σε δράση (CTA/ Call to Action), θα μεταφέρουν τους επισκέπτες στην κεντρική ιστοσελίδα της εκστρατείας.

Το Adwords εμφανίζει διαφημίσεις σχετικές με τις αναζητήσεις των χρηστών δίπλα και πάνω από τα κλασικά αποτελέσματα των αναζητήσεών τους. Έτσι, προσελκύει στην ιστοσελίδα της εκστρατείας χρήστες που πραγματικά ενδιαφέρονται για το περιεχόμενό της, μιας και έψαξαν για κάτι σχετικό κι επέλεξαν να ακολουθήσουν τη διαφήμιση. Η πλατφόρμα Adwords θα χρησιμοποιηθεί για την αύξηση των επισκέψεων στην ιστοσελίδα. Θα απευθύνεται κατά κύριο λόγο στις βόρειες πολιτείες των ΗΠΑ.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Στατιστικά στοιχεία και ετήσιες εκθέσεις από το Google Adwords	Στατιστικά στοιχεία και ετήσιες εκθέσεις από το Google Adwords	Στατιστικά στοιχεία και ετήσιες εκθέσεις από το Google Adwords

Δείκτες αποτελεσμάτων:

60.000 επιπλέον επισκεψιμότητα στην ιστοσελίδα, 20.000 επιπλέον επισκεψιμότητα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

200.000 περισσότεροι άνθρωποι ευαισθητοποιημένοι από το κοινό-στόχο

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 98.580€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
32.860 €	32.860 €	32.860 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
49.290 €	49.290 €

3. Διαφήμιση

Δράση: 3.3.2 Διαφήμιση στο διαδίκτυο (διαφημίσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης)

Περιγραφή Δράσης:

Θα χρησιμοποιηθούν τα διαφημιστικά εργαλεία που παρέχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης Facebook και Instagram για την προσέγγιση καταναλωτών και επαγγελματιών του κλάδου των τροφίμων.

Η δράση θα επικεντρωθεί στις βόρειες πολιτείες των ΗΠΑ.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Στατιστικά στοιχεία και ετήσιες εκθέσεις στο Facebook / Instagram	Στατιστικά στοιχεία και ετήσιες εκθέσεις στο Facebook / Instagram	Στατιστικά στοιχεία και ετήσιες εκθέσεις στο Facebook / Instagram

Δείκτες αποτελεσμάτων:

150.000 άτομα άμεσα ευαισθητοποιημένα, 30.000 άτομα έμμεσα ευαισθητοποιημένα

10.000 νέοι ακόλουθοι στις δύο σελίδες κοινωνικής δικτύωσης του προγράμματος των αγορών στόχων

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 40.320 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
13.440 €	13.440 €	13.440 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
20.160 €	20.160 €

3. Διαφήμιση

Δράση: 3.4 Διαφήμιση εξωτερικού χώρου

Περιγραφή Δράσης:

Εξωτερική διαφήμιση μέσω γιγαντοαφισών/αφισών/διαφημιστικών πλαισίων, λόγω της αποτελεσματικότητας αυτού του μέσου στην αγορά στόχου του Καναδά.

Πρωώθηση του προϊόντος, αύξηση της προβολής του και της ευαισθητοποίησης του κοινού στόχου, μεταφορά των βασικών μηνυμάτων της εκστρατείας. Πρωώθηση προϊόντων στο πλαίσιο της μεσογειακής διατροφής και της τοπικής κουζίνας, με στόχο την ευαισθητοποίηση σχετικά με την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ και τα προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ γενικά.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
3 γιγαντοαφίσες / αφίσες / διαφημιστικά πλαίσια	3 γιγαντοαφίσες / αφίσες / διαφημιστικά πλαίσια	3 γιγαντοαφίσες / αφίσες / διαφημιστικά πλαίσια

Δείκτες αποτελεσμάτων:

800.000 καταναλωτές εκτίθενται στο μήνυμα της καμπάνιας

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 123.900 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
41.300 €	41.300 €	41.300 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
	123.900€

4. Εργαλεία επικοινωνίας

Δράση: 4.1 Φυλλάδια για επαγγελματίες και καταναλωτές

Περιγραφή Δράσης:

Τα φυλλάδια που θα διανεμηθούν στο πλαίσιο διάφορων δράσεων (πχ. εμπορικές εκθέσεις, ημέρες γευστικών δοκιμών), για την προσέγγιση του κοινού στόχου (επαγγελματίες και καταναλωτές), αποτελούν ένα από τα βασικά εργαλεία ενημέρωσης του προγράμματος και θα παρέχουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ και τα βασικά μηνύματα της εκστρατείας. Τα φυλλάδια θα πρέπει να είναι ελκυστικά και εύκολα κατανοητά στις γλώσσες των χωρών-στόχων. Μια διαφορετική προσέγγιση θα χρησιμοποιηθεί για τους επαγγελματίες και τους καταναλωτές.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
<u>ΗΠΑ και Καναδάς:</u> 280.000 φυλλάδια για καταναλωτές 70.000 φυλλάδια για επαγγελματίες		

Δείκτες αποτελεσμάτων:

350.000 αποδέκτες (καταναλωτές και επαγγελματίες).

125.000 αναμενόμενος αριθμός αποδεκτών (καταναλωτές και επαγγελματίες) των οποίων αποδεδειγμένα ο βαθμός αναγνωρισιμότητας των ευρωπαϊκών γραφικών συμβόλων για τα προϊόντα ΠΟΠ / ΠΓΕ έχει αλλάξει και οι οποίοι αποδεδειγμένα ευαισθητοποιήθηκαν από την εκστρατεία

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 80.500€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
---------------------	---------------------	---------------------

80.500 €		
----------	--	--

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
40.250 €	40.250 €

4. Εργαλεία Επικοινωνίας

Δράση: 4.2 Διαφημίσεις για όλα τα μέσα

Περιγραφή Δράσης:

Δημιουργία ειδικά προσαρμοσμένων διαφημίσεων για όλα τα μέσα επικοινωνίας (έντυπα, διαδίκτυο, κοινωνικά μέσα δικτύωσης, εξωτερικοί χώροι) που θα προωθήσουν τα μηνύματα της εκστρατείας, σε όλες τις ομάδες στόχους και στις 2 αγορές. Νέα αρχεία γραφικών θα δημιουργούνται κάθε χρόνο (ανάλογα με τα ετήσια αποτελέσματα). Οι φωτογραφίες θα χρησιμοποιηθούν ακόμα σε αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και για τη δημιουργία ιστοσελίδων.

Επίσης, θα δημιουργηθούν 4 αυτοστηριζόμενα αναδιπλούμενα λάβαρα (Roll-up banner: 2m x 85cm), τα οποία θα χρησιμοποιούνται στις εκδηλώσεις τύπου και θα φέρουν την ταυτότητα του προγράμματος.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Γραφικά - προσαρμοσμένα για όλα τα μέσα επικοινωνίας. Δημιουργία 4 Banners.	Γραφικά - προσαρμοσμένα για όλα τα μέσα επικοινωνίας.	Γραφικά - προσαρμοσμένα για όλα τα μέσα επικοινωνίας.

Δείκτες αποτελεσμάτων:

Διαφημίσεις που συμμορφώνονται με τις προδιαγραφές της ΕΕ και προωθούν την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ. Κατάλληλες για κάθε αγορά.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 30.015 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
17.365 €	6.325€	6.325€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
15.007,50€	15.007,50€

4. Εργαλεία Επικοινωνίας

Δράση: 4.3 Πακέτο επικοινωνίας (press kit)

Περιγραφή Δράσης:

Διανομή πακέτου επικοινωνίας (press kit) σε διαμορφωτές κοινής γνώμης και κυρίως σε δημοσιογράφους στο πλαίσιο των εκδηλώσεων που περιλαμβάνονται στην εκστρατεία. Τα πακέτα επικοινωνίας θα περιέχουν όλες τις πληροφορίες που απαιτούνται για τη σύνταξη ενός άρθρου καθώς και τις διευθύνσεις της ηλεκτρονικής καμπάνιας (ιστοτόπος, Facebook, Instagram, YouTube) και ένα ερωτηματολόγιο το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων της εκστρατείας.

Το πακέτο θα αποτελείται από: ένα USB με υλικό ανάγνωσης σχετικά με το προϊόν / φωτογραφίες συνταγών / ενημερωτικό βίντεο, το διαφημιστικό φυλλάδιο, ένα φάκελο, ένα στυλό και ένα μικρό σημειωματάριο. Όλα τα παραπάνω θα φέρουν λογότυπο της εκστρατείας.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
1000 πακέτα επικοινωνίας για τις 2 αγορές		

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 10.120 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
10.120 €		

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
5.060€	5.060€

4. Εργαλεία Επικοινωνίας

Δράση: 4.4 Ενημερωτικά βίντεο

Περιγραφή Δράσης:

Δημιουργία βίντεο για προβολή σε όλα τα διαδικτυακά ΜΜΕ που θα χρησιμοποιηθούν κατά τη διάρκεια της εκστρατείας. Τα βίντεο που είναι βασικά εργαλεία του λογαριασμού YouTube, θα συμπεριληφθούν στο πακέτο επικοινωνίας που αναφέρεται στη δράση 4.3. Επιπλέον θα προβάλλονται και κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων που περιλαμβάνονται στο Πρόγραμμα.

Συγκεκριμένα θα δημιουργηθούν:

- 1 βίντεο 10 λεπτών που θα παρέχει πληροφορίες σχετικά με την παραγωγή, την κατανάλωση και τις χρήσεις της Φέτας ΠΟΠ. Στόχος του είναι να δημιουργήσει εμπιστοσύνη στο κοινό και να το εκπαιδεύσει ώστε να αναγνωρίζει το αυθεντικό αυτό ευρωπαϊκό προϊόν ΠΟΠ. Θα περιέχει σκηνές από την ελληνική ύπαιθρο.
- 3 cut-down versions (σύντομα βίντεο από τα παρασκήνια «behind-the-scenes») τα οποία θα τροφοδοτήσουν την εκστρατεία με το απαραίτητο περιεχόμενο και θα επικοινωνήσουν το μήνυμά της με πιο ελκυστικό τρόπο.
- 5 βίντεο διαδοχικών λήψεων «time-lapse» τα οποία, θα δείχνουν την ευελιξία της Φέτας ΠΟΠ και τη χρήση της σε καθημερινά μίνι-γεύματα καταναλωτών στις ΗΠΑ και στον Καναδά.

Όλα αυτά τα βίντεο θα διατεθούν σταδιακά και σύμφωνα με ένα προσεκτικά σχεδιασμένο χρονοδιάγραμμα, με στόχο να καλύψουν όλη τη διάρκεια του Προγράμματος.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
---------------------	---------------------	---------------------

1 βίντεο 10 λεπτών 3 cut-down versions (σύντομα βίντεο behind-the-scenes) 5 time-lapse βίντεο		
---	--	--

Δείκτες αποτελεσμάτων:

300.000 αποδέκτες του μηνύματος της καμπάνιας και στις δύο χώρες (μέσω του YouTube, του facebook, του Instagram, της ιστοσελίδας της καμπάνιας, των εκδηλώσεων, ιστότοπων)

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 35.650 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
35.650 €		

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
17.825 €	17.825 €

5. Εκδηλώσεις

Δράση: 5.1 Περίπτερα σε εμπορικές εκθέσεις

Περιγραφή Δράσης:

Η συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις αποτελεί ένα πολύ σημαντικό βήμα προς την κατεύθυνση της επίτευξης των στόχων επικοινωνίας του προγράμματος. Οι επιλεγμένες εκθέσεις είναι παγκοσμίως γνωστές εκδηλώσεις με χιλιάδες συμμετέχοντες και επισκέπτες. Παράλληλα, θα υπάρχουν ευκαιρίες για συνάντηση με τους επαγγελματίες της αγοράς που θα πρέπει να προγραμματίζονται 3 έως 4 μήνες πριν. Ο εκθεσιακός χώρος του προγράμματος θα προβάλλει την οπτική ταυτότητα της εκστρατείας (μήνυμα και γραφικά). Ένα ειδικό γραφείο θα διανέμει το ενημερωτικό έντυπο του προγράμματος και θα παρέχει πληροφορίες, καθώς και την ευκαιρία δοκιμής της Φέτας ΠΟΠ. Επίσης, θα προβάλλεται το βίντεο του προγράμματος. Αυτές οι εκδηλώσεις θα χρησιμοποιηθούν ως περιεχόμενο στον ιστότοπο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Βάσει των παραπάνω, ο ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ θα συμμετέχει στις ακόλουθες εκθέσεις για κάθε αγορά (2 για τις ΗΠΑ και 1 για τον Καναδά):

Winter Fancy Food, Σαν Φρανσίσκο, Ιανουάριος (3 ημέρες). Η πιο δημοφιλής διεθνής έκθεση προϊόντων διατροφής και τροφίμων.

Summer Fancy Food Show, Νέα Υόρκη, Ιούνιος (3 ημέρες). Αυτή είναι η μεγαλύτερη, από άποψη συμμετοχής, βορειοαμερικανική έκθεση που επισκέπτονται πολλοί καναδοί επιχειρηματίες.

SIAL Canada, Int'l Food Exhibition, Μόντρεαλ / Τορόντο, Μάιος, (3 ημέρες). Πρόκειται για μια τριήμερη ετήσια έκθεση, η οποία πραγματοποιείται στο Μόντρεαλ στα ζυγά έτη και στο Τορόντο στα μονά έτη.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Συμμετοχή στο Summer Fancy Food Show 2018 Διανομή φυλλαδίων: 18.000	Συμμετοχή στη Sial Canada 2019 Διανομή φυλλαδίων: 18.000	Συμμετοχή στο Summer Fancy Food Show 2020 Διανομή φυλλαδίων: 18.000

Δείκτες αποτελεσμάτων:

Δημιουργία 6.000 νέων επιχειρηματικών επαφών. Διανομή 50.000 φυλλαδίων. Εξοικείωση περισσότερων από 8.000 επαγγελματιών με τη Φέτα ΠΟΠ. Ενίσχυση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τα ευρωπαϊκά προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 262.740€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
104.980€	52.780€	104.980€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
209.960 €	52.780 €

5. Εκδηλώσεις

Δράση: 5.2 Εργαστήρια σε σχολές μαγειρικής

Περιγραφή Δράσης:

Συνεργασία με σχολές μαγειρικής για την υλοποίηση εξειδικευμένων μαθημάτων σχεδιασμένων για μια ομάδα-στόχο που είναι εξαιρετικά δεκτική σε νέες πληροφορίες και στη διεθνή γαστρονομία. Τα εργαστήρια θα επικεντρωθούν στην αυθεντικότητα, την ποιότητα, τη γεύση και τις πολλαπλές χρήσεις του προϊόντος, καθώς και στη χρήση του στη μεσογειακή και τη διεθνή γαστρονομία. Θα περιλαμβάνουν θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση για να εμπνεύσουν νέους επαγγελματίες και να τους βοηθήσουν να εκτιμήσουν την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ.

Όσον αφορά το προφίλ του ομιλητή, θα είναι ένας / μια επαγγελματίας σεφ με γνώσεις για το προϊόν και τις χρήσεις του, που θα είναι σε θέση να μεταδώσει αυτές τις γνώσεις. Θα διανεμηθούν διαφημιστικά φυλλάδια και δείγματα του προϊόντος. Τα σεμινάρια θα διεξαχθούν και στις 2 αγορές.

Οι ενέργειες περιλαμβάνουν τη συνεργασία με 2 σχολές ανά αγορά ετησίως, με στόχο 100 σπουδαστές ανά σχολή. Οι ομάδες δεν θα ξεπερνούν τους 50 σπουδαστές.

Αυτά τα εργαστήρια θα χρησιμοποιηθούν ως περιεχόμενο στον ιστότοπο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι συμμετέχοντες θα παροτρυνθούν να μοιραστούν την εμπειρία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ζωντανή σύνδεση, ανάρτηση), προκειμένου να πολλαπλασιαστεί η επίδραση της δράσης.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
400 σπουδαστές / φυλλάδια - 2 Εργαστήρια σε 2 σχολές μαγειρικής στις ΗΠΑ / 200 σπουδαστές -2 Εργαστήρια σε 2 σχολές μαγειρικής στον Καναδά / 200 σπουδαστές	400 σπουδαστές / φυλλάδια - 2 Εργαστήρια σε 2 σχολές μαγειρικής στις ΗΠΑ / 200 σπουδαστές -2 Εργαστήρια σε 2 σχολές μαγειρικής στον Καναδά / 200 σπουδαστές	400 σπουδαστές / φυλλάδια - 2 Εργαστήρια σε 2 σχολές μαγειρικής στις ΗΠΑ / 200 σπουδαστές -2 Εργαστήρια σε 2 σχολές μαγειρικής στον Καναδά / 200 σπουδαστές

Δείκτες αποτελεσμάτων:

1200 νέοι επαγγελματίες αναμένεται να παρακολουθήσουν τα μαθήματα και να ευαισθητοποιηθούν στα ευρωπαϊκά προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 104.400€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
34.800€	34.800€	34.800€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
52.200€	52.200€

5. Εκδηλώσεις

Δράση: 5.3 Εβδομάδες ειδικών προσφορών σε εστιατόρια

Περιγραφή Δράσης:

Συμφωνίες με εστιατόρια στις αγορές-στόχους για την προώθηση της Φέτας ΠΟΠ για περίοδο 2 εβδομάδων ανά σημείο. Αυτό θα επιτευχθεί πρώτα με τη χρήση του προϊόντος στο μενού του εστιατορίου (θα διατεθούν οι απαιτούμενες ποσότητες του προϊόντος) και δεύτερον μέσω διαφημιστικού φυλλαδίου για τους καταναλωτές με τις βασικές πληροφορίες για το προϊόν και το μήνυμα εκστρατείας του προγράμματος.

Τα εστιατόρια θα αναλάβουν να προετοιμάσουν ένα ειδικό μενού με συστατικό την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ και να χρησιμοποιήσουν δικά τους κανάλια επικοινωνίας (λίστες αποδεκτών αλληλογραφίας, σελίδες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, κ.λπ.) προκειμένου να ενημερώσουν την πελατεία τους για την προωθητική δράση.

Σκοπός αυτής της δράσης είναι να βοηθήσει τους πελάτες αυτών των καταστημάτων να εξοικειωθούν με τη γεύση του προϊόντος και να ωθήσει τους υπεύθυνους να προσθέσουν σε μόνιμη βάση την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ στις προμήθειές τους.

Οι προωθητικές δραστηριότητες στα κανάλια της HORECA στις αγορές-στόχους διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των απόψεων και των συνηθειών των καταναλωτών. Η επιλογή των εστιατορίων σε μεγάλα αστικά κέντρα θα γίνει με κριτήρια τη δημοφιλία την ποιότητα κα.. Κατά τη διάρκεια των εβδομάδων προώθησης, η ταυτότητα του Προγράμματος θα τοποθετηθεί διακριτικά στους χώρους.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
52 εβδομάδες προώθησης σε 16 εστιατόρια στις ΗΠΑ και 10 στον Καναδά	52 εβδομάδες προώθησης σε 16 εστιατόρια στις ΗΠΑ και 10 στον Καναδά	52 εβδομάδες προώθησης σε 16 εστιατόρια στις ΗΠΑ και 10 στον Καναδά

Δείκτες αποτελεσμάτων:

Ευαισθητοποίηση περισσότερων από 160.000 καταναλωτών (πελάτες εστιατορίων).

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 325.728€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
108.576€	108.576€	108.576€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
200.448€	125.280€

5. Εκδηλώσεις

Δράση: 5.4 Χορηγίες

Περιγραφή Δράσης:

Χορηγία της κύριας ετήσιας εκδήλωσης της αμερικανικής μαγειρικής ομοσπονδίας (ACF): ΗΠΑ

Στην εκδήλωση αυτή συμμετέχουν επαγγελματίες σεφ και διαμορφωτές της κοινής γνώμης στις ΗΠΑ. Τα ετήσια εθνικά γεγονότα της ACF (<http://www.acfchefs.org>), σε διαφορετική πόλη κάθε χρόνο, περιλαμβάνουν ενημερωτικά σεμινάρια για επιχειρήσεις, φόρουμ, επιδείξεις μαγειρικής, εργαστήρια και δικτύωση. Η προτεινόμενη χορηγία για την τριήμερη εκδήλωση της ACF θα επιτρέψει την προώθηση της Φέτας ΠΟΠ και των μηνυμάτων της εκστρατείας στις ομάδες-στόχους. Το λογότυπο θα τοποθετηθεί σε όλο το σχετικό υλικό και στις εγκαταστάσεις της εκδήλωσης και θα γίνει χρήση του καταλόγου των μελών της ACF για τη δικτύωση.

Χορηγία στο Φεστιβάλ Κινηματογράφου της ΕΕ (EUFF): Καναδάς

Πρόκειται για το μεγαλύτερο ευρωπαϊκό Φεστιβάλ Κινηματογράφου των προξενείων και των πολιτιστικών ιδρυμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που λαμβάνει χώρα ετησίως, στο Τορόντο. Το Φεστιβάλ Κινηματογράφου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUFF) είναι δωρεάν για το κοινό και παρουσιάζει πρεμιέρες καναδικών ταινιών και βραβευμένες διεθνείς ταινίες. Το Φεστιβάλ απευθύνεται στους λάτρεις της ευρωπαϊκής κουλτούρας, συμπεριλαμβανομένης και της ευρωπαϊκής κουζίνας και οι συμμετέχοντες ξεπερνούν τους 15.000 κάθε χρόνο. Αυτό το φεστιβάλ διαφημίζεται έντονα στους δρόμους του Τορόντο, στο διαδίκτυο και στα κοινωνικά δίκτυα. Έτσι, τα λογότυπα και τα μηνύματα του Προγράμματος θα φτάσουν στους 2 εκατομμύρια κατοίκους του Τορόντο, μία από τις πιο πολυπολιτισμικές πόλεις του κόσμου.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
	Τοποθέτηση του λογότυπου σε όλο το επικοινωνιακό υλικό του φεστιβάλ, στους κινηματογράφους και σε άλλους χώρους εκδηλώσεων. Γραπτή και λεκτική επικοινωνία με το κοινό στόχο (δελτία τύπου, ομιλίες κ.λπ.). Προβολή του ενημερωτικού βίντεο πριν από κάθε ταινία. Έκθεση του προγράμματος σε όλα τα εμπορικά προϊόντα του φεστιβάλ, σύνδεση του λογοτύπου του προγράμματος με το λογότυπο του φεστιβάλ (κυρίως στο εξώφυλλο των φυλλαδίων, στα εισιτήρια των ταινιών, σε μπλούζες εθελοντών και σε προσκλήσεις εκδηλώσεων), ευχαριστίες σε όλες τις προβολές. Αναφορές στον τύπο (CANADA).	Τοποθέτηση του λογότυπου στο χώρο των εκδηλώσεων και στο διαφημιστικό υλικό. Χρήση της λίστας αλληλογραφίας μελών ACF. Αναφορά του Προγράμματος σε δελτίο τύπου. Κοινωνικά μέσα σχετικά με την εκδήλωση αναφέρονται και συνδέονται με τη σελίδα του Προγράμματος (ΗΠΑ).

Δείκτες αποτελεσμάτων:

ΗΠΑ: 20.000 εξειδικευμένοι επαγγελματίες της βιομηχανίας τροφίμων εκτέθηκαν στο μήνυμα της εκστρατείας και 10.000 φυλλάδια διανεμήθηκαν.

ΚΑΝΑΔΑΣ: 15.000 καταναλωτές που είναι λάτρεις της ευρωπαϊκής κουλτούρας εκτέθηκαν στο μήνυμα της εκστρατείας. 10.000 φυλλάδια διανεμήθηκαν.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 95.760€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
	43.320 €	52.440 €

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
52.440 €	43.320 €

5. Εκδηλώσεις

Δράση:5.5 Εκπαιδευτικά ταξίδια στην Ελλάδα

Περιγραφή Δράσης:

Η δράση αυτή θα δώσει τη δυνατότητα σε επαγγελματίες του εξειδικευμένου κλάδου των τροφίμων και αναγνωρισμένους δημοσιογράφους - bloggers, καθώς και σε ειδικούς διατροφής και σεφ από τις ΗΠΑ και τον Καναδά να πραγματοποιήσουν οργανωμένα εκπαιδευτικά ταξίδια στην Ελλάδα. Σκοπός της δράσης είναι να «δουν με τα ίδια τους τα μάτια» την αλυσίδα παραγωγής και εμπορίας της Φέτας ΠΟΠ, ώστε να μπορούν στη συνέχεια να επικοινωνήσουν αυτές τις πληροφορίες μέσω των μέσων για τα οποία εργάζονται ή χρησιμοποιούν για την επικοινωνία τους με καταναλωτές ή/και επαγγελματίες του κλάδου τροφίμων.

Επιπλέον οι συμμετέχοντες θα ενθαρρυνθούν να μοιραστούν την εμπειρία τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να πολλαπλασιάσουν τα αποτελέσματα της δράσης.

Οι συμμετέχοντες θα επιλεγούν βάσει του τεκμηριωμένου ενδιαφέροντός τους, αλλά και κριτηρίων που θα διασφαλίζουν τη μεγιστοποίηση του αντίκτυπου της δράσης.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Μια επίσκεψη 5 ημερών για 10 άτομα (5 από ΗΠΑ, 5 από Καναδά)	Μια επίσκεψη 5 ημερών για 10 άτομα (5 από ΗΠΑ, 5 από Καναδά)	Μια επίσκεψη 5 ημερών για 10 άτομα (5 από ΗΠΑ, 5 από Καναδά)

Δείκτες αποτελεσμάτων:

30 διαμορφωτές της κοινής γνώμης εκτίθενται στο μήνυμα της εκστρατείας και ευαισθητοποιούνται.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 104.310 €

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
34.770€	34.770€	34.770€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
52.155 €	52.155 €

5. Εκδηλώσεις

Δράση: 5.6 Ειδική εκδήλωση για bloggers τροφίμων κατά τη διάρκεια της εβδομάδας ειδικών προσφορών σε εστιατόρια

Περιγραφή Δράσης:

Κατά τη διάρκεια της εβδομάδας ειδικών προσφορών στα εστιατόρια (Δράση 5.3), θα πραγματοποιηθεί ειδική εκδήλωση για bloggers τροφίμων σε δημοφιλή εστιατόρια της κάθε αγοράς-στόχου, κατά τη διάρκεια του δεύτερου και τρίτου έτους του προγράμματος.

Η εκδήλωση θα περιλαμβάνει ειδικό μενού βασισμένο στην ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ για τους bloggers τροφίμων στους οποίους θα γίνεται παρουσίαση του προϊόντος, της κληρονομιάς του και της ασύγκριτης ποιότητάς του. Το λογότυπο του προγράμματος θα τοποθετηθεί στους επιλεγμένους χώρους.

Τα εστιατόρια θα αναλάβουν να προετοιμάσουν ένα ειδικό μενού με συστατικό την ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ σε συνδυασμό με τα κατάλληλα κρασιά και να χρησιμοποιήσουν τα δικά τους μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να ενημερώσουν τους πελάτες τους για την εκδήλωση. Επιπλέον θα προσφερθεί μικρό δώρο και φυλλάδιο για τους καταναλωτές.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
	1 αναδυόμενη εκδήλωση στις ΗΠΑ και 1 στον Καναδά / 25 άτομα στην καθεμία	1 αναδυόμενη εκδήλωση στις ΗΠΑ και 1 στον Καναδά / 25 άτομα στην καθεμία

Δείκτες αποτελεσμάτων:

Ευαισθητοποίηση για 100 διαμορφωτές κοινής γνώμης.

50 δωρεάν διαφημιστικά ή αναφορές σε ιστοσελίδες

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 43.848€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
	21.924€	21.924€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
21.924€	21.924€

6. Προώθηση σε σημεία πώλησης (POS)

Δράση: 6.1 Ημέρες γευσιγνωσίας

Περιγραφή Δράσης:

Οι στοχευμένες διανομές δειγμάτων του προϊόντος δημιουργούν απτά αποτελέσματα εφόσον προσελκύουν νέους καταναλωτές, παγιώνουν τη σχέση με παλιούς καταναλωτές, ενισχύουν τη μεταστροφή στη ζήτηση (από τις απομιμήσεις στο αυθεντικό προϊόν) και αυξάνουν την προβολή και τις πωλήσεις του προϊόντος. Η επιλογή των σημείων πώλησης θα γίνει βάσει κριτηρίων που θα μεγιστοποιούν την αποτελεσματικότητα της δράσης.

Η δράση θα πραγματοποιηθεί σε αλυσίδες πωλήσεων στις οποίες ήδη διανέμεται η ευρωπαϊκή Φέτα ΠΟΠ και σε αλυσίδες με τις οποίες θα συναφθούν νέες συνεργασίες και, σε κάθε περίπτωση, σε αλυσίδες στις οποίες το προϊόν θα είναι διαθέσιμο στα ράφια προς πώληση. Ενδεικτικά αναφέρονται:

ΗΠΑ: Kroger, Costco, Whole Foods, Walmart, Key Food, Balducci's, Raley's, Andronico's.

Ενδεικτικές πόλεις: New York, San Francisco, Chicago, Miami, Los Angeles, Washington, Huston

Καναδάς: Costco, Metro, IGA, Provigo

Ενδεικτικές πόλεις: Toronto, Montreal, Vancouver

Κατά τη διάρκεια των προωθητικών δράσεων, ένα επισημασμένο (με την οπτική ταυτότητα και τα μηνύματα της εκστρατείας) εκθετήριο και ένα πανό θα τοποθετηθούν στα σημεία πώλησης, όπου μια εκπαιδευμένη ομάδα υπεύθυνων προώθησης θα καλεί τους καταναλωτές να γευτούν το προϊόν, θα τους

ενημερώνει για την αυθεντικότητά του, καθώς και για τα μοναδικά και απaráμιλλα χαρακτηριστικά του, και θα τους προσφέρει ένα διαφημιστικό φυλλάδιο και ένα δείγμα του προϊόντος. Κάθε ομάδα θα απαρτίζεται από 2 άτομα με ειδική στολή ανά σημείο πώλησης.

Η δράση θα διαρκέσει 5 ημέρες (τις ημέρες με τον υψηλότερο αριθμό επισκεπτών στο κατάστημα σε κάθε αγορά) και 7 ώρες ημερησίως σε καταστήματα αλυσίδων στα μεγάλα αστικά κέντρα των δύο χωρών. Οι ημέρες γευσιγνωσίας θα χρησιμοποιηθούν επίσης ως περιεχόμενο στον ιστότοπο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Παραδοτέα:

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
60ήμερη προώθηση στις ΗΠΑ Προώθηση 40 ημερών στον Καναδά	60ήμερη προώθηση στις ΗΠΑ Προώθηση 40 ημερών στον Καναδά	60ήμερη προώθηση στις ΗΠΑ Προώθηση 40 ημερών στον Καναδά

Δείκτες αποτελεσμάτων:

60.000 καταναλωτές ευαισθητοποιημένοι από την εκστρατεία

60.000 διανεμημένα φυλλάδια.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 864.000€

Επιμερισμός δαπανών ανά έτος

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
288.000€	288.000€	288.000€

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
518.400€	345.600€

7. Άλλες δραστηριότητες

Δράση: 7.1 Στρατηγική και ταυτότητα εκστρατείας

Περιγραφή Δράσης:

Σχεδιασμός μιας αποτελεσματικής στρατηγικής για την εκστρατεία επικοινωνίας σε συνδυασμό με το μήνυμα «Enjoy! It's from Europe.». Στην πράξη, αυτή η δραστηριότητα θα μετατρέψει τη στρατηγική του προγράμματος σε στρατηγική επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένου του προσδιορισμού της οπτικής ταυτότητας της εκστρατείας και των βασικών μηνυμάτων σε μορφή κειμένου. Αυτή η στρατηγική θα χρησιμοποιηθεί για τις 2 αγορές-στόχους.

Μετά από έρευνα και ανταλλαγή απόψεων, θα σχεδιαστεί μια στρατηγική για το πρόγραμμα ικανή να μεταδώσει το μήνυμα στις ομάδες-στόχους με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο. Η ταυτότητα του προγράμματος (τίτλος, λογότυπος, βασικό μήνυμα και οπτική τους απεικόνιση) είναι το βασικό εργαλείο προώθησης κάθε προϊόντος όσον αφορά την αναγνώρισή του από τους καταναλωτές και την ικανότητά τους να το θυμούνται. Δεδομένου ότι ο λογότυπος του προϊόντος θα αποτελεί σημαντικό κομμάτι της γραφικής επικοινωνίας του προγράμματος, θα πρέπει να ανταποκρίνεται στην αποστολή επικοινωνίας. Η ταυτότητα του προγράμματος θα κατευθύνει όλες τις δράσεις του προγράμματος και, κατά συνέπεια, θα πρέπει να σχεδιαστεί έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των 2 αγορών-στόχων.

Παραδοτέα: «Στρατηγική και ταυτότητα εκστρατείας»

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
Σχεδιασμός στρατηγικής. Βασικά μηνύματα καμπάνιας. Δημιουργία της ταυτότητας της εκστρατείας. (Χρόνος Υποβολής: 1 μήνας από την υπογραφή της σύμβασης)		

Δείκτες αποτελεσμάτων:

Ποσοστό αναγνώρισης των γραφικών συμβόλων των συστημάτων ποιότητας της Ένωσης και των μηνυμάτων της εκστρατείας.

Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός: 13.560 €**Επιμερισμός δαπανών ανά έτος**

1 ^ο έτος	2 ^ο έτος	3 ^ο έτος
13.560 €		

Επιμερισμός δαπανών ανά χώρα

ΗΠΑ	Καναδάς
6.780€	6.780€

A3. ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΠΑΡΑΔΟΤΕΑ

Ο Ανάδοχος θα υποβάλλει:

1. Αναλυτικό Σχέδιο Δράσεων

Οι ενέργειες που θα υλοποιηθούν σε κάθε δράση, σύμφωνα με το αντικείμενο της σύμβασης και όπως έχουν εξειδικευθεί από τον Ανάδοχο στην Τεχνική του Προσφορά, θα περιλαμβάνονται στο «Αναλυτικό Σχέδιο Δράσεων», το οποίο θα αφορά όλη τη διάρκεια υλοποίησης του έργου και θα περιλαμβάνει τουλάχιστον: αναλυτική περιγραφή των ενεργειών, κοστολόγηση ενεργειών, χρονοδιάγραμμα υλοποίησης, ποσοτικά στοιχεία παραδοτέων, εμπλεκόμενα στελέχη της ομάδας έργου, μεθόδους και εργαλεία, δείκτες εκροών και αποτελεσμάτων.

Χρόνος υποβολής: Ένας (1) μήνας από την υπογραφή της σύμβασης.

2. Σχέδιο προγραμματισμού δράσης ανά έτος

Ο Ανάδοχος θα υποβάλει για κάθε ενέργεια, πριν την υλοποίησή της, αναλυτική πρόταση στην Αναθέτουσα Αρχή προς έγκριση. Το «Σχέδιο προγραμματισμού δράσης ανά έτος» θα περιλαμβάνει τουλάχιστον: το περιεχόμενο, το στόχο, το αναλυτικό χρονοδιάγραμμα υλοποίησης, (χρόνος προετοιμασίας - χρόνο πραγματοποίησης), τις προδιαγραφές, τον τόπο και τον τρόπο υλοποίησης (σαφής και αναλυτική περιγραφή των μεθόδων και των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν για την προσέγγιση των διαφορετικών ομάδων-στόχου/μεθοδολογική προσέγγιση), τεκμηρίωση αποτελεσματικότητας των προτάσεων σε σχέση με τις ομάδες στόχου του έργου, το κόστος επιμερισμένο (αναλυτική κοστολόγηση ενέργειας σύμφωνα με την οικονομική προσφορά του Αναδόχου), τα εμπλεκόμενα στελέχη της ομάδας έργου, στοιχεία παραδοτέων, δείκτες εκροών και αποτελεσμάτων, καθώς και κάθε άλλη απαραίτητη λεπτομέρεια.

Η ΕΠΠΕ εξετάζει το «Σχέδιο προγραμματισμού δράσης ανά έτος» το οποίο υποβάλλει ο Ανάδοχος για κάθε ενέργεια, πριν την υλοποίησή της, του οποίου το περιεχόμενο πρέπει να είναι σύμφωνο με όσα ορίζονται στο αντικείμενο του έργου, με το «Αναλυτικό Σχέδιο Δράσεων» και με ότι επιπλέον έχει

καθοριστεί στην Τεχνική Προσφορά του Αναδόχου. Το αποτέλεσμα της εξέτασης (αποδοχή, τροποποίηση ή βελτίωση, απόρριψη), κοινοποιείται στον Ανάδοχο εγγράφως. Μετά την έγγραφη έγκριση, ο Ανάδοχος προβαίνει στην υλοποίηση της συγκεκριμένης ενέργειας εντός του εγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος. Ειδικότερα, η παραγωγή κάθε μορφής ενημερωτικού-διαφημιστικού υλικού, θα πραγματοποιείται μετά την έγγραφη έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής.

Χρόνος υποβολής: πριν την υλοποίηση ενεργειών που αφορούν την ίδια δράση, σε χρόνο που θα προσδιορίζεται από την ΕΠΠΕ, ανάλογα με το είδος της δράσης.

3. Έκθεση υλοποίησης έργου ανά εξάμηνο:

Περιλαμβάνει: α) αρχικό προγραμματισμό περιόδου αναφοράς, β) ολοκληρωμένες ενέργειες γ) υπό υλοποίηση ενέργειες δ) ενέργειες που δεν υλοποιήθηκαν παρά τον αρχικό προγραμματισμό με αναφορά στους λόγους μη υλοποίησής τους ε) προγραμματισμό επόμενου εξαμήνου

Τα στοιχεία που θα παρουσιάζονται από το α-ε θα πρέπει να περιλαμβάνουν αναφορές στο κόστος ανά ενέργεια, στο μέσο/τρόπο / τόπο υλοποίησης, στους σχετικούς δείκτες εκροών και αποτελεσμάτων, στα κατά περίπτωση φυσικά παραδοτέα (έντυπα, video, κείμενα, λογότυπα, κ.λ.π.), καθώς και κάθε άλλη απαραίτητη λεπτομέρεια.

Χρόνος υποβολής: ένας (1) μήνας μετά την ολοκλήρωση κάθε εξαμήνου.

4. Σύνταξη περιοδικών αναφορών

Παράλληλα με την υλοποίηση του έργου, ο Ανάδοχος οφείλει να παρέχει, όταν αυτό ζητείται από την Αναθέτουσα Αρχή, στοιχεία που αφορούν: αποτίμηση, τεκμηρίωση, απολογισμό δράσεων, σύνταξη περιοδικών αναφορών φυσικού και οικονομικού αντικείμενου του έργου καθώς και στοιχεία τα οποία υποχρεούται να υποβάλλει η Αναθέτουσα Αρχή στις αρμόδιες εθνικές ή κοινοτικές αρχές.

Τα Παραδοτέα θα συνοδεύονται από την απαραίτητη τεκμηρίωση.

ΜΕΡΟΣ Β

Τμήματα υποβληθείσας Πρότασης που αφορούν τους στόχους, τις δράσεις και τη μέτρηση των αποτελεσμάτων του Προγράμματος

Σημείωση: Για τυχόν διαφοροποιήσεις μεταξύ σημείων της υποβληθείσας πρότασης και των αντίστοιχων της παρούσας Διακήρυξης, ισχύει ότι αναφέρεται στο κείμενο της Διακήρυξης (π.χ. Μέγιστος προβλεπόμενος προϋπολογισμός Δράσης 5.4)

“PDO FETA. LET’S GET REAL!”

The proposed action is in regards to the regulation 1144/2014 of the E.C under the acronym “PDO FETA. LET’S GET REAL!”. The following proposal aims to promote European PDO Feta to the markets of USA and Canada. The action is triennial and the proposal is submitted by The Hellenic Agricultural Organization - DEMETER (ELGO) for a total cost of € 3.469.470

SECTION 3: ACTION OBJECTIVES

The objectives of this Action are in line with EU policies and rules on the Union’s agricultural products and how to promote them.

The US and Canadian markets are two key markets for European PDO Feta due to the Greek-American and Greek-Canadian Diaspora. Both are significant in size (official data refer to 1,280,770 in the US and 253,000 in Canada, but estimates put the actual figures at double that). Demand for European PDO Feta from the Greek population of those countries is rising, as is the interest of local importers who have contacts in Greece. However, the Action's objective is not to focus on the Greek community only - which already knows about European PDO Feta anyhow and would be spontaneously interested in all actions that are planned - but to **increase the level of consumer knowledge among the local target-market population, to fully utilise the remarkable potential of PDO products, to build and foster the perceived value of European PDO Feta and to make it a conscious choice in those countries.**

The action's main objectives for the target markets are set out below:

1. **To provide information and raise awareness by 30% among the target audience** about the fact that European PDO Feta is the only authentic Feta and as such it is produced in Greece.

Knowledge is the most important weapon in stopping the product being undermined and the consumers misled, so we will seek to make them understand and taste the difference. Considering that the vast majority of consumers in the US and Canada already consume white cheese in brine thinking it is feta, we believe this raise may be higher.

The target audience will be:

- informed about **the quality and taste differences between European PDO Feta and white feta-style cheese in brine**, and about the **unquestionable advantages of European PDO Feta** (tradition/ancient know-how, flavour, texture, sustainable product made using natural farming methods, traceability, no colourants, hormones or preservatives, organoleptic properties, ageing process, nutritional value for health and longevity) as result of the product's quality and the high standards followed in all stages of production (total management systems), processing, standardisation and packaging for certified quality (application of EU legislation on food safety, Regulation (EC) No 852/2004), in order to make a conscious product choice, thereby bolstering the competitiveness of the EU's agricultural sector (information in hard copy and electronic format, fairs, promotional and advertising measures, tastings).
- presented with detailed information about the advantages of European PDO Feta guaranteed by European quality and safety standards in terms of origin, traceability, authenticity, labelling, packaging, use, preservation and nutritional value for health and longevity (information in hard copy and electronic format, fairs, promotional and advertising measures). European PDO schemes guarantee authenticity, origin and European dimension of food, such as Feta PDO, and must be highlighted and established. The European Feta PDO, the most ancient European cheese, a cheese for which the EU is entitled to speak and claim ownership, is a dynamic and unique vehicle for achieving this goal.

It is worth noting at this junction that the application of Regulation (EU) No 1169/2011 on the labelling of foods which applies from **16.12.2016 to all EU food products without exception** is in line with the objective of raising awareness among the public about the advantages of European products.

Use of the European Commission's slogan "Enjoy, it's from Europe" will bolster this effort and will create a direct association with healthy eating that protects and respects producers, the environment, consumers and relates to products that combine traditional and modern methods, quality and variety. Taking into account that European PDO Feta is much better quality than white cheese in brine ('imitation' feta) the choice of product by target audiences must be guided by the perceived value of European PDO Feta. The Program will make a significant contribution in this regard.

This aim to inform and educate target audiences is measurable: in order to learn how many people gained new knowledge about the advantages of European PDO Feta, we will conduct a survey in line with European Commission guidelines on the impact of awareness raising about Programs (Annex III of the 2016 Call for Proposal by the European Commission).

2. To achieve a 107% (vs 2016) increase in European PDO Feta's exports to the target-**markets**, which have an already flourishing white brine cheese category, flooded with feta imitations (about 98% of white cheese in brine consumption in the USA per year!), and where European PDO Feta exports are steadily growing (average yearly growth in volume from 2014 to 2016: more than 13% in the USA, more than 2% in Canada). **In other words, European PDO Feta market is still a niche market (compared to the very wide feta-style market), but with high growth rates, consisting a perfect momentum for European PDO Feta to seize and multiply its effects.** The shift in demand from imitations to European PDO Feta, as a well-planned consequence of communication activities, will bring about an impressive rise in the market share in the general category of white cheese in brine (which includes feta-style cheese and European PDO Feta) and by extension, **an increase in European PDO Feta exports, a rise in milk production and in the income of livestock farmers, thereby significantly bolstering the primary sector.**
 - **Familiarise American and Canadian consumers with European PDO Feta** and create an association with European standards via targeted marketing activities (promotions, tastings at points of sale, participation in PR measures which include tastings, recipe try-outs, flavour combinations).
 - Exploit the continuous rise in cheese consumption in the target markets, and in particular **the continuous rise in consumption of white cheeses in brine which include feta-style cheese and European PDO Feta** (promotional and advertising measures, tastings at points of sale, participation in PR measures which include tastings, recipe try-outs, flavour combinations), and **boost European PDO Feta growth.**

- **Exploit the clear competitive advantage of European PDO Feta over white feta-style cheese in brine** (flavour, texture, sustainable product made using natural farming methods, traceability, no colourants, hormones or preservatives, organoleptic properties, ageing process, tradition/know-how dating back millennia) and **highlight competitors' weaknesses when it comes to quality characteristics** (promotional and advertising measures, tastings at points of sale, participation in PR measures which include tastings). **Cause a shift in demand from feta-style cheese to European PDO Feta.**
- Utilise the existing albeit limited distribution network, expanding it to cope with the increase in demand, achieve a long-term impact via targeted measures and create/expand strategic commercial partnerships (fairs, PR measures, visits to Greek cheese-making facilities).

By focusing primarily on European PDO Feta having a key role in European and global trade in PDO foods, in full accord with the Program's message and targeted actions, we will seek to increase the market share, and thus demand for the product. This target is measurable: In order to learn about the increase in European PDO Feta's market share, we will conduct a survey in line with European Commission guidelines on the impact of awareness raising about Programs (Annex III of the 2016 Call for Proposal by the European Commission).

The Program's targets are in accord with EU policies and rules on Union geographical products and in particular PDOs and how they should be marketed and promoted. The actions proposed below are in line with the targets in the EU Regulation. The actions will contribute overall to an increase in exports of high quality agricultural/food products from the EU to the USA, and to greater awareness among foreign consumers about European products. The targets are also intimately associated with the Program's key message which is presented below, since communication is expected to pique consumer curiosity about the product and prompt them towards a decision to buy it.

European PDO Feta is sector is of great importance, since it employs thousands of farmers, their families and staff, and needs to be further empowered, as a means of generating income for the primary and secondary sectors, over time. **European Feta PDO sector is paramount to the Greek economy and thus to the EU.**

Given the exceptionally difficult circumstances, ELGO-DEMETER is seeking to maintain and increase the profitability of the European PDO Feta sector and so it is vital to establish and expand the product's presence abroad using all appropriate means. The EU's promotional Programs are the best and most advantageous way to achieve our objectives since they are in line with those of the EU. That is especially so in the context of CETA, given the zero tariffs which will make European PDO Feta more competitive, the acceptance of feta as a PDO, the **doubling of dairy quotas** and the continued use of the name feta by old producers and the ability to distribute in both Canada and the USA.

The support provided by the Program will have a direct impact on employment in the primary and secondary sectors of the member state. The awareness and penetration we aim to, will lead to an export growth and thus will help the maintenance of jobs, and the creation of new positions to meet the rising demand. Full-time jobs in the European Feta PDO sector reach 100.000 (livestock, milk production, dairies and exports), not taking into account part-time or indirect jobs which exceed the above-mentioned number.

Because of the well organised lobbying activities of the feta-style cheese industry in the targeted countries (CCFN), the soon-to-be applied CETA agreement and the forthcoming TTIP agreement (in which quality European schemes are expected to be the cornerstone of the European agricultural and trade policy), as well as because of the unawareness of the average consumer (mainly the American) for the absolute uniqueness of European Feta PDO, the lack of intensive promotional and supporting actions for the European Feta PDO product through this Program threatens to lead to:

- the depreciation of the concept of European PDO Feta specifically, and of the PDO schemes in general,
- further narrowing down of the European Feta PDO market share in the category Feta PDO / "feta style" cheese, since the continuous increase of this market will almost exclusively benefit feta imitations.

The timeframe for implementing the Program is 3 years and is expected to start in January 2018 and be completed in December 2020. In light of all the above, the Program's objectives are SMART: specific, measurable, achievable, result-focused and time-bound.

The targets per market

The aforementioned targets are the same for the USA and Canada. What will change depending on the specific conditions in each country are the strategic priorities we will emphasise in each case, as explained in the section below.

SECTION 4: ACTION STRATEGY

The strategy of the proposed Program is in line with Commission Regulation and is based on actions related to each other. The actions target several audiences, professional and consumer groups, and will use various communication channels (omni-channel experiences), in an effort to establish European PDO Feta as the only authentic Feta in the USA and Canada and to turn the product into an informed choice in these markets.

These markets have been selected on the basis that the exporters of the product have been doing business there for several years already, and that white brine cheese market (European PDO Feta and "feta-style" cheese market) is significant and in growth, allowing European PDO Feta to claim extra room, not only among new category consumers, but mainly among existing consumers who are currently misled towards the non-authentic product. Therefore, actions will be implemented in trade environments, experiencing economic prosperity (strong economies with high incomes), already acquainted with the product category, receptive to more in-depth information about the authentic European PDO Feta, and willing to try it. As a result, it is estimated that the Program will be highly efficient in these 2 markets, as compared to markets which would not be as mature to accept the product. The uniformity of the Program's actions is also due to the similarities of the markets in question, resulting in the consistency of the actions with the overall objectives and with each other. We shall draw on current trends in those markets to efficiently approach the target audiences and achieve an immediate and long-lasting effect on the product's reputation and market shares.

Our strategy is designed around

- SMART objectives;
- the current situation and trends in the target markets;
- the consumption features and trends of the target groups;
- technical capacity and available human resources;
- financial ability and available sources of funding;
- proper implementation duration;
- the most effective marketing tools and state-of-the-art methods in evaluating results.

As mentioned above, the program has two main objectives, both of which are consistent with the objectives of the Action under the Regulation, that is:

1. To inform the target-audience about the uniqueness and authenticity of European PDO Feta, its high quality and great taste
2. To drive exports growth for the product by promoting its versatility and gourmet dimension that can be added in everyday meals.

All actions proposed in the next section will be based on the two above-mentioned strategic axes, which were developed to meet the objectives of the Program. Depending on the trends and needs of each target-market, as described in the Market Analysis section, we will strengthen the adequate dimensions in order for the actions to have the most important impact possible in every target-market. In any case, actions will be developed around the 2 strategic axes.

Current consumption trends determining the strategy of the Program

Based on the above analysis of the 2 markets involved, the following common consumption trends were identified:

- Increasing obesity among children and young people, as well as the upward trend in cardiovascular and other diseases have made consumers **turn progressively towards healthy diet**, cutting down on meat and consuming more natural products in general. Modern consumers **now pay more attention to food labels and generally seek to learn more about food quality, organoleptic characteristics, and safety**. Consumers are far more **health conscious** and looking for authentic taste and origin.
- Consumers in North America appreciate products that not only are close to their natural form, but also with production methods which demonstrate absolute respect for the environment. Consumers are highly concerned about where their food comes from, so issues like **environmental impact, animal welfare, natural versus artificial**, influence their buying decisions, constituting values that sometimes matter for them more than price (Canadean, 2015. Consumers and Market Insights: Savoury Snacks Market in Canada). **The European PDO Feta meets fully these expectations (extensive breeding, non-hormonal, traceability, sustainable agriculture)**.
- Modern consumers also wish to simplify their life and save as much time as possible (**time conscious**). Consumers have increasingly less time to spend on themselves and they want to ensure that as little time as possible is taken up for the preparation of their meals. **This has turned snacking and mini meals** - eating quickly prepared, tasty and easily digestible meals - into a trend gaining ground and expected to grow in coming years. This new trend combined with the demand for quality has led to the reinvention of the fast food: today European consumers are looking for **"fast good" (main example: the food jars that employees bring to their work place)**. These consumers have developed over the past decade a

demanding palate and seek out foods with a distinct touch, tasty, convenient, healthy and of natural origin. As a result, **foodies** have emerged, i.e. consumers who seek refined easily prepared food which combines quality and variety, a true gastronomic pleasure that's good for you!

- For foodies, but also the majority of modern consumers, cooking has become a creative fun activity, influenced by many different cultures and cuisines. In the Internet Age, with so many sources of information available from around the world, **people are eager to watch and learn**, to **experiment** with unusual **combinations of cuisines and products** and most of all prepare **easily and fast**, a tasty creative meal with natural quality products that are good for them. In order to meet these needs, super markets tend to extend their departments of "cuisines from around the world" where the foodies may choose to insert new, foreign tastes in their daily consumption.

These modern dietary patterns are the basis for **the strategic priorities of our proposal** aiming to enable European PDO Feta to meet the expectations of modern consumers and find its place in their everyday life.

Respecting consumers who already opt for the product, we seek to drive demand and improve the image of European PDO Feta in targeted markets by creating added value for the product and **enhancing its perceived value**. This will be done by working on the following strategic pillars:

First Pillar: Awareness

- Educate on the uniqueness and the authenticity of the European PDO Feta. Highlight the fundamental differences of the European PDO Feta and the white cheese in brine (feta imitation) arbitrary labeled as Feta. The European PDO Feta is the original, authentic Feta which means that is prepared by specific methods, with specific raw materials, in a specific environment under specific procedures and instructions that offer a product of a unique, rich taste, natural (Mediterranean terroir, sun, traditional production methods) and healthy (organoleptic characteristics, Mediterranean diet). A product that comes from Greece, the Feta terroir, as it is a product born in Greece (greekness, history, tradition, authenticity), born in the cradle of cheese, Europe (the most ancient cheese production in the world). In other words, European PDO Feta constitutes a unique, qualitative cheese that can't even be compared to any imitation product. This campaign will help highlight the qualities and tradition associated with European PDO Feta and to assure consumers that the PDO labeled products are the genuine products, not imitations seeking to benefit from the good name and reputation of the original! Enhance the authenticity of European Union products so as to improve consumers' awareness of the qualities of genuine products as compared to imitations and counterfeit products;
- Educate on the PDO/PGI labels. Raise awareness of the symbols, indications and abbreviations of the European quality schemes, and of the high standards of the agricultural products of the EU, on the merits of the European Union's production methods.

Desired Effect: By achieving the above-mentioned, there will increase spontaneous recall of the European PDO Feta by the targeted consumers and by the end of the 3-year campaign, the product will be a conscious choice. As a result, market share will be gained and exports will grow.

Second Pillar: Versatility / Indulgence / Gourmet pleasure

Increase understanding that the European PDO Feta fits best the trends in the targeted European countries (flexitarianism, time conscious, health conscious, slow food / fast good, gourmet, ethnic trends), in order to make it part of consumers' everyday diet, either as an integral element of their meals or a favorite snack, and their everyday life. Draw on the new dietary patterns of European consumers and promoting the multipurpose nature of PDO Feta. Highlight the wide range of applications, practicality, facility, versatility and finally, the creation of a new authentic food experience. The European PDO Feta is a journey in itself, starting from the ancient Mediterranean terroir up to nowadays, a gourmet journey of indulgence.

Desired Effect: Conscious choice by the European consumers for the tasty and genuine European PDO Feta for the daily diet and create the enabling environment for advocacy/loyalty.

The activities proposed in the following section will all move along the lines of these strategic pillars, which pursue the objectives set for the Program. Based on the trends and needs identified for each market from the market analysis, **emphasis will be placed on those priorities which are necessary** to ensure the greatest possible impact of the actions of the Program in each target country. In any case **the actions will be based on the strategic pillars**.

In the US market, it is important to link the image of the European PDO Feta with the good reputation of the **Mediterranean diet with proven health credentials**. We will focus on the information about the unique product benefits, and take advantage of the existing familiarity of its consumption in the country, while changing mindsets about what constitutes an authentic choice vs an imitation, and how this impacts benefits for the body and the taste. Along with that, we will target with special attention the **HORECA channel** that has a big influence in the US market and where we find a growing trend of owners avoiding products with additives and offering healthier and more natural options appreciated by their customers.

Except for specialized events and activities for food professionals and media, special focus will be given to the **points of sales**. The **gourmet aspect** of the product will also be highlighted, along with its use as a healthy all-day-ingredient, which will valorize the

established **mini-meal trend**. Finally, we will address the **time and health conscious consumers** that also appreciate authentic products with PDO label.

The same focus will put on the **Canadian market** where we will underline the PDO aspect even more, connecting it with the recent CETA agreement. We will also profit from the appreciation of the European culture (EU festival participation) and we will enhance the perception of high quality for European originated products.

Target Groups of the Program

The target groups were strategically chosen to meet the objectives of the Regulation and the Campaign. The proposed activities rely, among other things, on the characteristics and needs of those groups to attain the best possible results in their implementation. They will create buzz through many different and multichannel tools (omni-channel experiences) in order to achieve the longest possible influence on the targeted groups and on the overall return on investment (ROI).

Target Groups:

1. Consumers of medium and high socio-economic status
2. Opinion leaders
3. Professionals of distribution
4. HORECA

In detail:

1. Consumers of medium and high socio-economic status

Age range:

- Young consumers 18 -25
- Millennials 26-35
- Adults 36-54
- Seniors 55+

The group of **young people aged 18 to 25** has two marked features: Firstly their interest in healthy foods which provide them with energy without unnecessary and unhealthy ingredients. At the same time and as a result of the fast pace of life, it is typical of people in this group to look for easy-to-consume and tasty food products, therefore **promoting European PDO Feta as an easy, delicious and healthy mini-meal** should be our main goal with this public. Apart from the points of sale, we shall approach those young consumers also at places we know are important to them (virtually and otherwise).

According to the market analysis above, the so-called “Millennials”, **consumers aged 26-35 years shape the trends** and affect the consumption choices of consumers in general. They want to be “personally involved” regarding their food choices and they tend to spend more money if they feel certain their choice is healthy, natural, qualitative and delicious, which makes a convenient combination for European PDO Feta. Millennials will be reached mostly in delicatessen shops, online and in trendy restaurants (restaurant weeks).

The target group of **consumers aged 36-54 years** shapes the general demand for products, as consumers in this group are productive, have higher income and directly affect the consumption choices of consumers in general (children and senior citizens). An important part of the promotional and informing activity is aimed directly at influencing those persons and creating appropriate conditions for making European PDO Feta a part of **their daily diet as a tasty ingredient good for the health**, hence increasing consumption. They are a key factor to increase market share. These consumers are mostly **time conscious** and they will be reached mostly in super markets (tastings), online, and in restaurants (restaurant weeks). We should underline the fact that this group includes the **foodies**, the “food connoisseurs”, who are a very significant group for this Program, and has the following profile:

- **Easy at targeting** (a fast-growing community, always active on Facebook and use specific, known websites and social media).
- They are looking for new trends, new flavors and new experiences. Especially, women over 40 who constitute the largest part of the group.
- They prepare meals every day in order to be creative and to impress. They use social media to promote their skills and ideas. At the same time, they use social media to learn more about foodstuff, so we will use these tools to promote the European PDO Feta to them. They, later, will propagate European PDO Feta use to others (advocacy).
- They are still informed through traditional channels (TV, magazines), but also through social media and the Internet.

Last but not least, **seniors aged 55+** constitute a target group very careful with their diet and on the lookout for **healthy but also tasteful products**. Consumers in this group have been shown to be willing to pay the price of a premium product like European PDO Feta. In the USA and Canada, more than 39% over 55 are concerned with bone health and therefore are searching for foodstuff containing high quality

of calcium (Canadean, 2016). We will approach those consumers both at points of sale and in places they have associated with eating and having fun.

2. Opinion leaders

This group will be used to disseminate our messages and includes:

- Nationally and internationally recognized professionals in the food industry
- Journalists working in:
 - ✓ the General Press: political, sports (specialized articles)
 - ✓ Magazines: men's and women's magazines, magazines of varied content, political, economic, business, health and fitness, TV magazines, magazines about children, art, cooking and nutrition, well-being, fashion and beauty, travel
 - ✓ the Specialized Press & Related Industries: food, cooking, distributors, importers, retail, marketing and advertising, travel, medical
- Nutritionists & Dietitians, Vegetarian/Vegan nutrition consultants
- Food bloggers
- Consumer organizations

3. Professionals of distribution

This group includes **importers, representatives of large outlets, wholesalers and retailers** who must be informed about and view positively the elements which make up the superior quality of European PDO Feta. Their contribution will be crucial for the proper promotion of the products both during the Program and in the long run, as they will continue to be involved with the products, with other target groups, that is consumers, and with the market after the end of the program, therefore permanently transmitting the Program's messages. This target group will be approached through participation in major food and beverage trade fairs as well as through B2B professional events.

4. HORECA

Includes restaurant owners, F&B managers and purchasing staff of catering companies, as well as chefs, both experienced and emerging, who make up a vital audience. Through their choices, the members of this public represent, on the one hand, an important part of sales, as they are involved in the catering business, and, on the other hand, they influence consumers who try and adopt the proposals of those professionals they trust. This public will be informed and educated through business events and seminars at chef schools.

Designation of origin

This Program will promote the European PDO Feta via activities that will create high reputation and added value to the product. All activities will focus on the PDO label of the product, thus educating all targets about the high standards of EU's quality schemes.

Visibility of brand names

In the same context and in line with **Articles 6, 7 & 8 of Regulation (EU) 2015/1831** on the visibility of brand names, the brand names of the companies that will participate in the Program will be visible during demonstrations and tastings under the Program identity and in compliance with the specific requirements laid down in Article 6.

The visibility of the brands of the promoted products is important in meeting the objectives of the Program during demonstrations and tastings, as it will significantly help attain its two objectives, namely to inform about the products and increase exports. The brand names and logos which are visible during tastings, where both consumers and professionals get to meet the products and their representatives, will facilitate the memorization of products and the recall of positive information about them in the future, thus enhancing the likelihood of repeated purchase. The objective will be to show clearly the superiority of the European PDO Feta. The funds and actions included in the proposal are proportionate to the intent and will complement past and future actions of exporters. The retail chains in which promotional activity will take place, the trade fairs we will participate in, the public relations activity we will organize will all capitalize on existing efforts and partnerships and will pave the way for new ones.

age of the Program

Based on the 2 axes of Information/Awareness and Versatility/Indulgence, the message aims to:

- Be relevant, original, fresh, credible but with emotional connotations, so as to draw attention,
- To highlight the quality and taste superiority of European Feta PDO, which is THE authentic, full taste, versatile, healthy, and gourmet add-on to the consumer's everyday meals or mini-meals.

We will create an informative and advertising material, online and offline as well as a common visual identity that will accompany all promotional activities with the following main message:

PDO FETA.LET'S GET REAL!

This message:

- ✓ Uses a contemporary, dynamic, direct language, while being short and memorable.
- ✓ Focuses on authenticity and honesty in taste and in lifestyle: Feta is one and only, it is European and unmatched.
- ✓ Is clear regarding the unquestionable superiority of the product.
- ✓ **Stirs consumer's interest** and includes a clear **call-to-action to discover the reason-why of the claim** (authentic, traditional, tasteful, natural, healthy, made according to the EU quality schemes, versatility allowing the creation of authentic experiences in everyday cooking).

Alternative messages based on the same rationale:

PDO FETA.

ANCIENT TALE. AUTHENTIC TASTE. CONTEMPORARY LIFESTYLE.

PDO FETA.

A SAVORY JOURNEY INTO AUTHENTICITY.

PDO FETA.

BACK TO AUTHENTICITY.

The message will be finalized after the implementation agency translates the strategy of the Program into a communication strategy. **Then, it will be the starting point for the development of:**

- The **Visual Identity** which will be applied to all promotional activities,
- The **campaign narrative** created for all communication platforms and material, for both target markets

All communicated messages will be positive and clearly understandable as they will be conveyed throughout the duration of the Program and always, in combination with the European message, "Enjoy, it's from Europe" that determines programs promoting products financed by the EU and including key words such as "quality", "safety", "real food", "high nutritional value" and such like.

The messages that will be conveyed along with the main message, aim to inform the target groups, to promote PDO/PGI products and encourage their consumption, strengthening **demand in order to better serve the wider issues of the Program and the central objectives of EU Policy.**

SECTION 6: ACTIVITY DESCRIPTION & BUDGETARY POSITION ANALYSIS

Work Package	1. PROJECT COORDINATION		
Activity	Project Management		
Description of activity	<p>Coordinating and validating legal, financial and administrative aspects of the action. Monitoring that the action is implemented properly and the activities. Ensuring that EU financial and administrative procedures are respected.</p> <p>Acting as an intermediary in all necessary contacts, checking all documents before forwarding them to the competent national authority. Responsible for the submission of deliverables and reports, for all payments, reporting to the competent national authority, and for coordinating the activities of the Action working together with the implementing organization.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Proper and consistent management of the program		
Results indicators	Proper and consistent management of the program		
Budget Analysis	<p>Proposing organization staffing costs :</p> <p>Manager for 210 days of work per year with a daily wage of 70€ per day (gross):</p>		

Work Package	2. PUBLIC RELATIONS
Activity	2.1 Continuous PR activities (PR office)
Description of activity	Distribution of a press kit to opinion leaders, including culinary journalists, food and lifestyle bloggers and nutrition specialists. The objective is to inform the above mentioned public about the PDO product and give them the opportunity to taste the kit samples. The press office shall also publish four seasonal press releases per year with recipes that combine the European PDO Feta with local products that are the mainstay of American and Canadian consumer diet. One program PR employee per country will be responsible for contact with the targeted public.

	<i>The press kits will be described in the Communications Tools category.</i>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	200 press kits USA 200 press kits CANADA 8 press releases 2 media clipping	200 press kits USA 200 press kits CANADA 8 press releases 2 media clipping	200 press kits USA 200 press kits CANADA 8 press releases 2 media clipping
Results indicators	15 articles/advertorials published per year (online/offline) in each market. 400 media people and bloggers sensitized in the US and in Canada		
Budget Analysis	Drafting and Distribution of 4 Press releases * 2 markets and other reading material and follow up: 5.000 € per year Press Kit envoi for 2 markets: Media Lists 2.000 €, distribution 3.000€, media clipping 5.000 € : 10.000 € Implementation Fee per year : 2.550€ 17.550 € * 3 years Total = 52.650€		
Sub-total for the work Package	17.550 €	17.550 €	17.550 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	26.325€		
CANADA	26.325€		

Work Package	2. PUBLIC RELATIONS
Activity	2.2 Press Events
Description of activity	<p>Enhancement of European PDO Feta awareness. Information regarding community auditing mechanisms that ensure the safety and superior quality of EU products. Establishing good relations with journalists, food and lifestyle bloggers, nutrition specialists and food product importers. These opinion leaders / shapers will be informed about European PDO product characteristics and especially of the European PDO Feta in order to distinguish it from other white cheeses.</p> <p>In each of the 2 markets selected for a strategy of increase communication,</p>

	<p>we plan to organize: Press events with 200 invited opinion leaders/shapers, culinary and health journalists and bloggers. (Attendance of 120 guests). Press kits will be sent to everyone (after the event for those not attended).</p> <p>Specialist, expert speakers will be employed for these events, selected on the basis of their know-how. As a take away gift, each guest will be handed an information kit to read and reproduce and a present - European PDO Feta. These events will take place in selected, modern, appropriate venues. The venue, menu and event flow will be adapted to the campaign strategy. Thus, the guests will familiarize with the campaign message so as to pass it on to the other target audiences.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	<p>1 event per market, 100 information packages + gifts, 1 press release x 2 markets</p> <p>Markets: USA, Canada</p> <p>200 journalists/ bloggers/ opinion leaders</p>	<p>1 event per market, 100 information packages + gifts, 1 press release x 2 markets</p> <p>Markets: USA, Canada</p> <p>200 journalists/ bloggers /opinion leaders</p>	<p>1 event per market, 100 information packages + gifts, 1 press release x 2 markets</p> <p>Markets: USA, Canada</p> <p>200 journalists/ bloggers /opinion leaders</p>
Results indicators	<p>300 Advertorials / Articles / Citations/Testimonials in printed & electronic media free of charge</p> <p>600 opinion leaders sensitized in the US and in Canada</p>		
Budget Analysis	<p>Creation and dispatch of invitations/follow up/ Press release dispatch 2.000 €, Event space rental/branding/ decoration 8.000 €, Catering expenses 6.000 €, Speaker (fee and expenses): 4.000 €, Supply of tasting samples 1.500 €,</p> <p>Translation services 1.000€, Event photographer 1.000€,</p> <p>Transportation/compensation for one representative of the implementing organisation 3.500€, Implementation Fee : 4.320€,</p> <p>Total per event: 31.320 € * 2 events per year/country = 62.640€</p> <p>Total for 3 years: 187.920 €</p>		
Sub-total for the work Package	62.640€	62.640€	62.640€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	93.960 €		
CANADA	93.960 €		

Work Package	3. Website, Social Media		
Activity	3.1 Website of the Campaign		
Description of activity	<p>Creation and updating of program website for every platform (pc, mac, mobile, tablet) for USA & Canada Official internet presence for attraction of target audiences and forwarding to Facebook, Instagram and YouTube accounts, information, communication, brand awareness and questionnaires.</p> <p>The internet's increasing penetration in target markets and the routine use of social networks both by consumers and opinion leaders make the creation of a website and social network accounts a must for any contemporary communication and promotion campaign in the USA and Canada. The website (with a .eu TLD) and social media accounts will be adapted to the Program's visual identity, promote the campaign key messages, boast a rich, frequently updated content and interactive character, inviting visitors to fill in questionnaires that will be used for campaign outcome analysis. Setting up, updating and maintenance of an all-screen website. Interconnectivity with relevant social media accounts. The attractive webpage will contain a summary description of PDO / PGI products, with emphasis on their European origin, comparative advantages and flavour (organoleptic) characteristics. It will list the program activities, (to be constantly updated, pre and post event, with photos, presentations and reports) contain product use tips adapted to the target country dietary habits, focused mainly on mini meals.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Creation of an official allscreen (computer, tablet, smartphone) website for USA and Canada.	Updating, refreshment and maintenance of an all-screen website. Interaction with public.	Updating, refreshment and maintenance of an all-screen website. Interaction with public.
Results indicators	1.000.000 webpage page views until the end of the program (3 years) Creating audience towards social media. 600.000 Facebook page views until the end of the Program.		
Budget Analysis	1st year : Domain name registration, all-platform content design and creation 14.000 €, Text adaptation to target-market local culinary habits 2.000 €, Implementation Fee: 2.080€, Total: 18.080€ 2nd year : Updating and maintenance of an all-screen website 4.000 €, Implementation Fee: 520€, Total: 4.520€ 3rd year : Updating and maintenance of an all-screen website 4.000 €, Implementation Fee: 520€, Total: 4.520€		

	Total : 27.120€		
Sub-total for the work Package	18.080€	4.520€	4.520€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	13.560 €		
CANADA	13.560 €		

Work Package	3. Website, Social Media		
Activity	3.2 Set up of Social Media Accounts		
Description of activity	<p>The Facebook, Instagram and YouTube accounts will move along the same lines as the website: they will follow the visual identity and communication codes of the Action, highlighting the key messages of the campaign, will feature rich, regularly updated content and will work interactively with visitors. Given that the crushing majority of consumers in target countries are "on" Facebook, Instagram and YouTube, we intend to focus our campaign on these social media.</p> <p>The social media accounts will boast a rich, frequently updated content and interactive character, inviting visitors to fill in questionnaires that will be used for campaign outcome analysis. The account administrator will undertake to constantly add new content: Event live updates, action and / or product-related information/updates, recipes, photos, video and all types of important or interesting relevant material. These three (3) accounts will be interconnected. They will be used to run competitions to attract the public, as well as an invitation to fill in questionnaires; moreover, they will provide answers to messages / comments in line with the organization and management of our proposed Facebook-based advertising campaign.</p> <p>Also, during PR events, fairs, cooking classes etc, we will use live videos on our social media platforms and encourage live videos from attendees (according to Cisco, by 2020, 75% of all mobile internet traffic will be live video, which is already offered by most popular social media platforms, enables interactivity and engagement among users worldwide).</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Creation of a set of interconnected social networking accounts on Facebook / Instagram / YouTube. Content	Facebook / Instagram / YouTube page management. Content monitoring and updating, advertising budget	Facebook / Instagram / YouTube page management. Content monitoring and updating, advertising budget

	monitoring and updating, management, advertising budget canvassing. management, canvassing. management, canvassing.			
Results indicators	900,000 Facebook page views until the end of the Program (3 years), 80.000 likes, 2.000 questionnaires completed by the targeted audience, 10.000 participations in contests, 5.000 video views on YouTube, 30.000 followers on Instagram in addition to an enhancement of the number of visitors of the official program webpage.			
Budget Analysis	<p>1st year: Creation of online social network pages with the program identity: 1.500€ * 3 social media : 4.500€, Implementation Fee: 585€,</p> <p>Every year: Content uploading, canvassing and continuous page monitoring, replying and pages management: 12.000€ / per year/ all pages/all markets, Implementation Fee: 1.560€</p> <p>Total 1st year: 18.645€, Total 2nd year: 13.560€ Total 3rd year: 13.560€</p> <p>Total all years: 45.765€</p>			
Sub-total for the work Package	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; text-align: right;">18.645€</td> <td style="width: 33%; text-align: center;">13.560€</td> <td style="width: 33%; text-align: right;">13.560€</td> </tr> </table>	18.645€	13.560€	13.560€
18.645€	13.560€	13.560€		
Implementation	Implementing Body			

Summary of budget per target country

USA	22.882,50€
CANADA	22.882,50€

Work Package	4. Advertising
Activity	4.1 Print Advertising
Description of activity	<p>Promoting the product and increasing its visibility & awareness, conveying the key messages of the campaign.</p> <p>Full page advertisements on consumer and business reviews (the program's key target groups) aim at informing and promoting PDO / PGI products and especially the European PDO Feta , educating the public.</p> <p>Product promotion in the context of Mediterranean diet and local cuisine, aimed at making European PDO Feta part of the targeted audiences' daily eating habits, especially mini meals.</p> <p>In order to maximize results, ad publication shall coincide with relevant program activities (i.e. Press events & expo participation). Moreover, timely and appropriate media planning could grant access to free advertorials.</p>

	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	12 ads in business and consumer reviews - USA 2 ads in business and consumer reviews - CANADA	12 ads in business and consumer reviews - USA 12 ads in business and consumer reviews - CANADA	12 ads in business and consumer reviews - USA 12 ads in business and consumer reviews - CANADA
Results indicators	Number of people having seen the ads : 1.500.000 per market Number of people, whose level of recognition of EU PDO graphical symbols will be changed : 300.000 per market 1 Extra free advertorial per advertisement		
Budget Analysis	12 print ads in US magazines: 210.000€ or 70.000€ per year Implementation fee : 12.600€ or 4.200€ per year 12 print ads in Canadian magazines: 174.000€ or 58.000€ per year Implementation fee : 10.440€ or 3.480€ per year Total: 407.040€		
Sub-total for the work Package	135.680 €	135.680 €	135.680 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	222.600 €		
CANADA	184.440 €		

Work Package	4. Advertising
Activity	4.2 TV Advertising - cooking shows
Description of activity	<p>Promoting the product and increasing its visibility & awareness, conveying the key messages of the campaign.</p> <p>Product promotion in the context of Mediterranean diet and local cuisine, aimed at making European PDO Feta part of the targeted audiences' daily eating habits, especially mini meals. Informing and promoting PDO / PGI products and especially the European PDO Feta, educating the public. In order to have the most impact of the messages conveyed and to achieve the most efficient visibility of the product, we recommend the collaboration with selected TV shows of general interest which also feature a cooking section - a very common fact, due to the international</p>

	<p>foodies and cooking show trend.</p> <p>The shows will be selected based on high viewing rate scores in the target audience of the target markets as well as on the profile of the presenter and/or chef, chosen for his popularity towards the audience in order to become an "ambassador" of the product during the show. In the scope of the show, there will be a detailed presentation of the product and its values (European origin, uniqueness, controls to EU standards, PDO etc), and will also present the new modern recipes.</p> <p>Since the web channels are very popular nowadays and in order to maximize our results and visibility, we may choose cooking shows from both TV and WEB channels.</p> <p>Finally, this activity will be focused in the USA but the results will be spreading in the Canadian market as well since these markets share some TV shows and all web channels.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	3 presentations in cooking shows on TV/WEB channels - USA	3 presentations in cooking shows on TV/WEB channels - USA	3 presentations in cooking shows on TV/WEB channels - USA
Results indicators	+ 1.500.000 viewers in USA + 300.000 viewers in Canada		
Budget Analysis	74.000€ per year or 222.000€ for 3 years for presentation of European PDO Feta on 3 USA TV cooking shows per year Implementation fee : 13.320€ or 4.440€ per year Total : 235.320 €		
Sub-total for the work Package	78.440 €	78.440 €	78.440 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	235.320 €		
CANADA	-		

Work Package	4. Advertising
Activity	4.3.1 Online Advertising (Adwords)

Description of activity	<p>Adwords</p> <p>To attract more targeted public, we will use the marketing tools of the Google Adwords platform, placing banners on strategically selected third-party sites, which, using well studied CTA, will take visitors to the main site of the campaign. Adwords will be used to increase site traffic, build awareness, influence consideration and spread the campaign message to the most precisely targeted audience.</p> <p>AdWords charge when someone clicks the ad or views the video on YouTube.</p> <p>Adaptation of the key visual and message of the Action into banner for display.</p> <p>Will target all North American public.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	statistics and reports on annual activities from Google Adwords	Statistics and reports on annual activities from Google Adwords	Statistics and reports on annual activities from Google Adwords
Results indicators	60.000 new traffic on website , 20.000 new traffic on social media 200.000 targeted people sensitized by the campaign		
Budget Analysis	Per year : Cost of clicks on the ad or youtube: 32.000€, Banner adaptation/insertion/display : 1.000€, Implementation Fee: 1.860€ Total : 98.580€		
Sub-total for the work Package	32.860 €	32.860 €	32.860 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	49.290 €		
CANADA	49.290 €		

Work Package	4. Advertising
Activity	4.3.2 Online Advertising (Social Media Ads)
Description of activity	<p>Social Media Advertising</p> <p>In view of attracting increased numbers of targeted audience members, we plan to use the Instagram and Facebook marketing tools to approach these audiences. The above mentioned cooperating platforms provide all the advertising tools and know-how required to approach the most "relevant" consumers and professionals.</p>

	<p>Our ultimate target is to increase the impact of our Instagram and Facebook pages, as well as to achieve high identifiability rates for European PDO Feta. As, they see in the social media circles: we will boost our campaign through this activity.</p> <p>Will target all North American public.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Statistics and reports related to the year's activities on Facebook / Instagram	Statistics and reports related to the year's activities on Facebook / Instagram	Statistics and reports related to the year's activities on Facebook / Instagram
Results indicators	<p>150.000 Reach , 30.000 Post Engagement</p> <p>10.000 new followers on the program's two social networking pages of the target markets</p>		
Budget Analysis	<p>All year round use of the available Facebook / Instagram application tools to attract targeted audiences from both markets of the Facebook/Instagram pages: 12.000€ per year , Implementation Fee : 1.440€</p> <p>Total: 40.320 €</p>		
Sub-total for the work Package	13.440 €	13.440 €	13.440 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	20.160 €		
CANADA	20.160 €		

Work Package	4. Advertising		
Activity	4.4 Outdoor		
Description of activity	<p>Outdoor advertising via Billboards, due to the importance of this medium in the target market of Canada. Promoting the product and increasing its visibility & awareness, conveying the key messages of the campaign. Product promotion in the context of Mediterranean diet and local cuisine, aimed at raising awareness on European PDO Feta and the PDO/PGI products in general.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3

Deliverables	Billboards in Canada	3 Billboards in Canada	3 Billboards in Canada
Results indicators	800.000 consumers exposed to the campaign message		
Budget Analysis	35.000€ per year for a deal of 3 billboards Implementation Fee: 6.300€ Total : 123.900 €		
Sub-total for the work Package	41.300 €	41.300 €	41.300 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	-		
CANADA	123.900€		

Work Package	5. Communication Tools		
Activity	5.1 Brochures for Professionals & Consumers		
Description of activity	<p>Information of all targeted market audiences approached in the context of our actions about the characteristics and benefits of European PDO Feta using attractive and easy to understand brochures in English. They shall provide all the necessary information about PDO / PGI products as well.</p> <p>A different approach will be used for professionals and consumers.</p> <p>The brochures will be used in all B2B and B2C actions. They are one of the program's main information tools and are expected to provide all the necessary information about European PDO Feta, the themes covered and the key messages to be conveyed to the target groups. The visual identity will be used. To be distributed in fair trades, BtB meetings, tasting days.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	280.000 consumer leaflets 70.000 professional leaflets (USA and Canada)		

Results indicators	300.000 targeted people (consumers and professionals) sensitized by the campaign 300.000 targeted people (consumers and professionals) having become more aware of EU quality system graphical symbols.
Budget Analysis	<p>4-page brochure for professionals: Visual adaptation/Text/Translation/Concept/Photos/ Translation/Proof Reading 3.000€, Color printing of 70.000 units: 21.000€, Implementation Fee 3.600€, Total : 27.600€</p> <p>8-page brochure for consumers: Visual adaptation/Text/Translation/Concept/Photos /Translation/Proof Reading 4.000€, Color printing of 280.000 units: 42.000€, Implementation Fee 6.900€, Total : 52.900€ Total : 80.500€</p>
Sub-total for the work Package	80.500 € - -
Implementation	Implementing Body Summary of budget per target country
USA	40.250 €
CANADA	40.250 €

Work Package	5. Communication Tools
Activity	5.2 Ads for all media
Description of activity	<p>Creating tailor made advertisements which will promote the key messages of the Action for all media (print, web, social media, billboard) and adapt to the 2 targeted markets. Communication of the program message to all our target groups.</p> <p>The ads will be in line with the main principles of the Action's visual identity and its design will take account of the respective group targeted; therefore, its text, which will aim to highlight the benefits of choosing European PDO Feta, as well as the other messages, the style of the ad, the photographs, and all other elements used will aim to promote and emphasize the status (prestige) and knowhow of the European PDO Feta.</p> <p>Creation of graphic files with new photographic and text material. New graphic files every year, depending on the yearly results. The photos will be also used in social media posts and website creation.</p> <p>Also, there 4 banners will be produced with the following characteristics: Display</p>

	of the program graphic identity, logo and message in all the program's activities (press events use). Roll-up banner with supporting base 2m x 85cm with a case for easy transportation and safe storage		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Graphic files - adapted for all media communication (both markets) and Production of 4 Banners.	Graphic files - adapted for all media communication (both markets)	Graphic files - adapted for all media communication (both markets)
Results indicators	Advertisements that respect all the EU specifications and promote the European PDO Feta , Appropriate for each market and different every year, according to the development of the campaign.		
Budget Analysis	1 st Year Concept & Design of file : 3.000€, File adapted to all media mix: 1.500€, Editor: 1.000 €, Photo Shooting: 8.000€, Banners production: 400€ * 4 = 1.600€, Implementation Fee: 2.265€ Total : 17.365 € 2 nd Year: Concept & Design of file : 3.000€, File adapted to all media mix: 1.500€, Editor: 1.000€, Implementation Fee: 825€ Total : 6.325€ 3 rd Year Concept & Design of file : 3.000€, File adapted to all media mix: 1.500€, Editor: 1.000€, Implementation Fee: 825€ Total : 6.325€ Total: 30.015 €		
Sub-total for the work Package	17.365 €	6.325€	6.325€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	15.007,50€		
CANADA	15.007,50€		

Work Package	5. Communication Tools
Activity	5.3 Press Kit
Description of activity	Distribution at press events, educational trips and to potential partners on the occasion of B2B activities. The media kits will contain all the information required to write an article, as well as the e-campaign addresses (website, Facebook,

	<p>Instagram, YouTube accounts) providing additional information regarding PDO / PGI products and a questionnaire, which will be used to measure the campaign outcomes.</p> <p>The press kit consists of: a USB with reading material about the product/photos of recipes/the informative video, the brochure, a folder, a branded (campaign logo and messages) pen and a small notebook.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	1.000 media kits for both markets	-	
Results indicators	In Press Events (Awareness by opinion leaders)		
Budget Analysis	<p>1000 Branded (campaign logo and messages) USBs with inserted material: 4.000€,</p> <p>1000 Branded (campaign logo and messages) Notebooks : 1.000€</p> <p>1000 Branded (campaign logo and messages) Folders: 2.000€</p> <p>1000 Branded (campaign logo and messages) Pens: 800€</p> <p>Labour (preparation of each press kit, checking inserted material for USBs) : 1.000€</p> <p>Implementation Fee : 1.320€</p> <p>Brochures are provided by other activity.</p> <p>Total : 10.120 €</p>		
Sub-total for the work Package	10.120 €	-	-
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	5.060€		
CANADA	5.060€		

Work Package	5. Communication Tools
Activity	5.4 Informative Video
Description of activity	<p>To run on all online web presence media used during the campaign. The video is the YouTube account key tool and will be included in the media kit to be distributed to journalists and potential partners and will be show to the events of the Program.</p> <p>44</p> <p>By 2019, 80% of internet traffic will be video, vs 64% in 2014 (Cisco) and 65% of the audience who watches a video visits the linked website after watching the video. We will use this powerful tool for B2C and B2B communication, to create content that is attention-grabbing while relevant, useful and share-worthy.</p> <p>This video will provide information on the farming, production, consumption, and uses of the European PDO Feta, as well as educate about its authenticity and versatility. Its objective is to generate confidence in the audience and educate it to recognize authentic European PDO / PGI products. It will include material provided by the European Commission. Filming at selected locations in the Greek countryside. One of the main vehicles used in the Action to convey the key messages. The video script and production will allow cut-down versions, as well, as short “Behind the scenes” videos, which will feed the campaign with the necessary content for all its duration and allow virality. These short videos could also become entertaining and catchy gifs further enhancing virality and thus reach.</p> <p>Also, in the last year, we will produce 5 time-lapse videos which are “the state of the art” of food marketing in western societies. In these videos, we will show the versatility of European PDO Feta and the use in the daily list of US and Canadian consumers.</p> <p>All these videos will be released gradually and according to a thoroughly designed time plan, aiming to cover all duration of the Program.</p>

	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	1 video of 10 minutes and 3 cut-down versions (bonus: short behind-the-scenes videos) 5 time-lapse videos		
Results indicators	More than 300.000 people exposed to the campaign message in both countries (via youtube, facebook, Instagram, campaign website, events, proposing organisations sites)		
Budget Analysis	Production of Informative Video: Production/ Reperage /Filming /Direction /Editing /Script /Graphics /Mixage /Music Rights /Equipment/ Voice Over / 3 Cut down versions: 20.000€, Travel Expenses/Accommodation/Food compensation and for Greek countryside for Implementation's Body person and crew: 3.000€ , Implementation Fee: 3.450€, Total: 26.450€ Production of 5 time-lapse videos: Filming / Graphics /Editing / Mixage /Music Rights: 1.000€* 5 = 5.000€, Chef fee: 2.000€, Production/Coordination: 1.000€ Implementation Fee: 1.200€, Total: 9.200 € Total: 35.650 €		
Sub-total for the work Package	35.650 €	0	0
Implementation	Implementing Body		

Summary of budget per target country	
USA	17.825 €
CANADA	17.825 €

Work Package	6. Events
Activity	6.1 Stands at trade fairs
Description of activity	<p>Fair / expo participation is a very important step towards the achievement of the program's communication objectives. The selected fairs/ expos are events of world renown with thousands of participants and visitors. The annual fairs / expos proposed for participation are the following (2 for USA and 1 for Canada).</p> <p>Participation will facilitate information diffusion among expo visitors. In the sidelines, there will be opportunities for B2B meeting with target market professionals scheduled 3 to 4 months before the events. The program exhibition space will be "dressed" in the campaign message and graphics. A special desk will distribute the program's information brochure; provide information and the opportunity to taste European PDO Feta. The program video will also be projected.</p> <p>Based on the above, we propose participation in the following trade fairs for USA :</p> <p>Winter Fancy Food, San Francisco, January (3 days). The most popular international food product and food lifestyle expo. It takes place in January, for three days and is visited by more than 25,000 people. Among the visitors are many businessmen and professionals from target audience groups, since the Winter Fancy Food is the ultimate meeting point for food industry businessmen from all over the world.</p> <p>Summer Fancy Food Show, New York, June (3 days). This is the biggest, participation-wise, North-American fair, also visited by many Canadian businessmen. There are participants from 50 countries. The Summer Fancy Food is a 3-day show that takes place every year in June, in New York.</p> <p>With regard to the Canadian market, we propose to participate in the following expo:</p> <p>SIAL Canada, Int'l Food Exhibition, May, Montreal/Toronto (3 days). The Sial Food Exhibition attracts more than 20,000 visitors every year from Canada and the States and is one of the topmost expos in the food industry. It is a 3-day annual fair, which takes place in Montreal in even-numbered years and in Toronto in odd- numbered years.</p>

	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Participation at Summer Fancy Food Show 2018 Distribution of brochures: 18,000	Sial Canada 2019 Distribution of brochures: 18,000	Participation at Summer Fancy Food Show 2020 Distribution of brochures: 18,000
Results indicators	Generation of 6,000 workable new business contacts; distribution of 50,000 brochures; familiarization of more than 8,000 professionals with the products; enhancement of European PDO product awareness		
Budget Analysis	<p>Summer Fancy Food 2018, 2020: Rental of a 50m² pavilion & upgraded wooden structure plus operating expenses: 50 * 1.500€ = 75.000€</p> <p>SIAL Canada 2019: Rental of a 50 m² pavilion plus operating expenses: 50 * 600€ = 30.000€</p> <p>Production (concept, printouts) stand per expo: 4.000€</p> <p>Product samples for tastings: product and transportation of samples 3.000 € per expo</p> <p>Reception / Translation / Service 2 hostesses per expo = 2,500 € per expo</p> <p>Organization of the participation, pavilion and stand construction coordination, scheduling of prearranged B2B meetings during the expo using a contact database (2 months prior to each expo event) 3,000 € per expo</p> <p>Travel and hotel expenses for 1 implementing organisation representative per expo (action coordination, meeting support, settlement of potential problems) 3,000 € per expo</p> <p>Summer Fancy Food: 90.500€ + Implementation Fee : 14.480€ = 104.980€</p> <p>SIAL Canada 2020: 45.500€ + Implementation Fee : 7.280€ = 52.780€</p> <p>Total: 262.740€</p>		
Sub-total for the work Package	104.980€	52.780€	104.980€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	209.960 €		
CANADA	52.780 €		

Work Package	6. Events		
Activity	6.2 Workshops in chef schools		
Description of activity	<p>Collaboration with chef schools to implement master classes designed for a target group extremely receptive to new information and international gastronomy. The seminars will focus on the potential, quality and variety of the product, as well as on its use in Mediterranean and international gastronomy. They will include theoretical and practical training to inspire young professionals and help them appreciate European PDO Feta. As far as the speaker's profile is concerned, s/he will also be a professional chef knowledgeable about the product and its uses and able to convey such knowledge through a vivid and capturing presentation and use of the product. Brochures and samples of the product will be distributed.</p> <p>The seminars will be held in the both markets as experience has shown that this type of activity has a high and direct impact on the marketing of the product.</p> <p>Actions include collaboration with 2 schools per market per year, targeting 100 students per school. The seminar will be addressed to groups of 30-50 students each time, depending on the agreement with each school.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	400 students/ brochures - 2 sets of seminars in 2 schools in USA/200 students -2 sets of seminars in 2 schools in Canada/200 students	400 students/ brochures - 2 sets of seminars in 2 schools in USA/200 students -2 sets of seminars in 2 schools in Canada/200 students	400 students/ brochures - 2 sets of seminars in 2 schools in USA/200 students -2 sets of seminars in 2 schools in Canada/200 students
Results indicators	1200 young professionals expected to attend the courses and be interested in the European PDO products		
Budget Analysis	Speaker/Chef: €2.000 per seminar; School compensation for hosting the seminar: €2.000. Product to be used during seminars: €500. Communication with school, organisation, coordination: €2.000. Transportation of brochures: 1.000€, Implementation Fee: 1.200€ Total per seminar: 8.700€ Total for 12 seminars: 104.400€		
Sub-total for the work Package	34.800€	34.800€	34.800€
Implementation	Implementing Body		

Summary of budget per target country	
USA	52.200€
CANADA	52.200€

Work Package	6. Events		
Activity	6.3 Special offer weeks in restaurants		
Description of activity	<p>Agreements with restaurants in the target markets to promote European PDO Feta for a 2-week period per point. This will be achieved first by using the product in the restaurant menu and secondly through a consumer brochure with the main product information and the campaign message of the Program. During the promotion weeks, branding of the Program will be discreetly placed in the venues. Offering quantities of the product to be used in these tastings will serve as an incentive for the restaurant to enter into the agreements and:</p> <ul style="list-style-type: none"> - create a special menu around European PDO (this menu will be valid throughout the duration of the promotion with each restaurant) - use their owned communication channels (mailing lists, newsletters, social media pages etc) to inform their clientele and fans about the promo and spotlight the product. <p>This action seeks to help the customers of such establishments familiarise themselves with the pleasure of tasting the product and will also help the managers introduce the European PDO Feta into their supplies on a permanent basis.</p> <p>Promotional activities in the HORECA channels of the target markets play an important role in shaping the views and habits of consumers. Restaurants in major urban centres will be selected by popularity, quality and "foodie attendance".</p> <p>Consumer brochures will also be distributed.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	52 weeks of promotion in 16 restaurants in the USA and 10 in Canada	52 weeks of promotion in 16 restaurants in the USA and 10 in Canada	52 weeks of promotion in 16 restaurants in the USA and 10 in Canada
Results indicators	Raising awareness for more than 160.000 consumers (clients to restaurants)		
Budget Analysis	Cost of products to be offered in each point of promo as incentive for the initial agreement: €1,500 per point, Branding €300, Organisation/ co-ordination: €800, Transportation and other operational expenses: 1.000€, Implementation Fee: 576€		

	Total 4.176€ per point of promotion Total: 26 points * 4.176€ * 3 years = 325.728€		
Sub-total for the work Package	108.576€	108.576€	108.576€
Implementation	Implementing Body Summary of budget per target country		
USA	200.448€		
CANADA	125.280€		

Work Package	6. Events
Activity	6.4 Sponsorships
Description of activity	<p>Sponsoring the annual American Culinary Federation : USA</p> <p>We propose that the Program becomes a sponsor of the main annual American Culinary Federation (USA) event. This event is attended by elite culinary professionals and opinion leaders in the States. ACF (http://www.acfchefs.org) members are, in fact, the most influential culinary professionals in the States (in charge of product selection in top restaurants, hotels, and country clubs, cookery schools, casinos and catering companies). These people, obviously, either personally decide or greatly affect the decision about which product(s) will be used. ACF is the culinary leader in offering educational resources, training, apprenticeship and programmatic accreditation designed to enhance professional growth for all current and future chefs. ACF operates the most comprehensive certification program for chefs in the States. ACF is home to ACF Culinary Team USA, the official representative for the United States in major international culinary competitions, and to a Program for promotion of proper nutrition. The Federation's annual nation-wide events, at a different city every year, include informative business seminars, forums, cutting edge demonstrations, cooking show, hands-on workshops and networking. The proposed sponsorship of ACF's 3-day event will enable us to "exhibit" our European PDO product and our campaign messages to our target groups of opinion leaders and food product distributors / professionals. Placement of logo on all related material and the premises of the event and use of the ACF members list for networking.</p> <p>Sponsoring the EUROPEAN UNION FILM FESTIVAL : Canada</p> <p>This is the official film festival of the European Union consulates and cultural institutes in Toronto (spring time). European Union Film Festival (EUFF) is a</p>

	<p>FREE film Festival reflecting the excellence, innovation and diversity of European cinema, showcasing Canadian premieres and international awardwinning films. The EUFF is the largest European Film Festival in Toronto and takes place annually. The Festival is addressed to European culture lovers, who also think positive about European cuisine. This festival is attended by more than 15,000 spectators every year. In addition to the above, this sponsorship will enable us to directly link the product with E.U country representatives in Canada, thus giving extra prestige to our campaign. This festival has a strong media and physical presence, with ads on the streets of Toronto and online presence in the web and social networks. Thus, the Program logos and messages will reach the 2 million inhabitants of Toronto, one of the most multicultural cities of the world with the most open minded citizens.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables		<p>Logo placement on all festival communication material and on the cinemas and other event spaces; Written and Verbal recognition (press releases, speeches etc), Running the informational video before each screening. Exposure on all commercial materials, on the big screen, special logo placement associated with the festival's logo (notably on the cover of brochures, the films tickets, the volunteers' T- shirts and on side events invites),special thanks at all the screenings. Press clippings (CANADA)</p>	<p>Placement of logo on th event area and on all advertising material. One-time use of ACF member mailing list. Mention of the Program on the press release. Social media mentioning and link to the Program's page. (USA)</p>
Results indicators	<p>USA : Product awareness to 20,000 of the most influential food industry professionals (cooking school students and teachers, chef cooks, bloggers, foodies, distributors, traders, foodservice professionals), Distributions of 10.000 brochures</p> <p>CANADA: Product awareness to 15,000 consumers that are European culture lovers . Distributions of 10.000 brochures</p>		
Budget Analysis	<p>American Culinary Federation : USA Sponsorship: 40.000€ , Product samples and transportations of samples and prof</p>		

	brochures : 3.000€, Travel expenses for 1 implementing organisation representative 3.000 €, Implementation Fee: 6.440€, Total : 52.440€ EUROPEAN UNION FILM FESTIVAL : Canada Sponsorship: 34.000€, Transportations of brochures : 1.000€, Travel and hotel expenses for 1 implementing organisation representative (action coordination) 3,000 €, Implementation Fee: 5.320€, Total : 43.320€ Total: 97.440€		
Sub-total for the work Package		43.320 €	52.440 €
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	52.440 €		
CANADA	43.320 €		

Work Package	6. Events		
Activity	6.5 Study trips to Europe		
Description of activity	<p>This action will give the opportunity to specialized food industry professionals and recognized journalists - bloggers, as well as to nutrition specialists, and chefs from the States and Canada to go on organized study visits in Greece.</p> <p>Participants will be selected based on their merit: Invitations will be sent out to professionals with a documented interest. The aim of this activity is to inform visitors in situ about production processes in every step of the production of the products in question so that they can subsequently diffuse this information through the media for which they work or using the channels via which they communicate with consumers or industry professionals.</p> <p>The visitors will "see with their own eyes" the production and marketing chain, learn about European high quality standards and about traditions. They will also learn to get to know the country and its inhabitants. This experience will be enriched and enhanced based on the visitors and their specific / personal interests. Finally, this activity will create "ambassadors" of European PDO products; supporters of European PDO Feta and it will "build" relations with opinion leaders.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	One 5-day study visit for 10	One 5-day study visit for	One 5-day study visit for

	persons per country (5 USA, 5 Canada)	10 persons per country (5 USA, 5 Canada)	10 persons per country (5 USA, 5 Canada)
Results indicators	30 opinion leaders / shapers exposed to the campaign message and be sensitized.		
Budget Analysis	<p>Cost per trip per year:</p> <p>Travel expenses 2.000€ per person for 10 people = 20.000 €, Local transportation cost =1.000€, Hotel costs 120€ for 10 people * 5 days = 6.000€, Food expenses 50€ for 10 people * 5 days = 2.500€, Translator for the guided tours / meetings = 1.000€, Implementation Fee: 4.270€</p> <p>Total cost: 34.770€ per year, Total for 3 years: 104.310 €</p>		
Sub-total for the work Package	34.770€	34.770€	34.770€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	52.155 €		
CANADA	52.155 €		

Work Package	6. Events
Activity	6.6 Pop-up events in restaurants (other activities)
Description of activity	<p>During the special offer weeks in restaurants (activity 6.3), we will set up a European PDO Feta exclusive pop-up event for food bloggers in the most fashionable among our partner - restaurants of each target-market, during the second and third year of the Program.</p> <p>The event will include a special menu based on European PDO Feta and food bloggers will be presented with the product and its heritage, ingredients, and incomparable quality. Branding of the Program will be placed in the selected venues. The high profile of the target group, as well as offering quantities of the product to be used in these tastings will serve as an incentive for the restaurant to set up the event, and:</p> <ul style="list-style-type: none"> - create an exclusive special menu around European PDO, with wine pairing - use their social media channels to promote their business by reporting on the event and spotlight the product. <p>This action seeks to take advantage of the food bloggers interest in authentic, high quality products and flavours, to familiarise with or enhance their knowledge on European PDO Feta, its unique characteristics and versatility, while providing</p>

	<p>them with content for their blogs and social media channels. This action aims also to make them embrace and advocate European PDO Feta, while creating buzz.</p> <p>Promotional activities which associate the HORECA channels of the target markets with opinion leaders such as food bloggers play an important role in shaping the views and habits of consumers.</p> <p>A goodie bag (with a gift and the consumer brochure) will also be distributed.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	-	1 pop-up event in the USA and 1 in Canada / 25 guests each	1 pop-up event in the USA and 1 in Canada / 25 guests each
Results indicators	<p>Raising awareness for 100 opinion leaders. 50 free Advertorials or mention in blogs</p>		
Budget Analysis	<p>Special Menu: 100€ / person = 2.500€, Speaker/chef: 2.000€ ; Branding / Venue set-up €500, Organisation/ coordination /invitations / follow-up: €3.000, Transportation and other operational expenses: 1.000€, Goodie bag: 18€ * 25 guests = 450€, Implementation Fee: 1.512€</p> <p>Total 10.962 € per event</p> <p>Total: 2 events per year * 10.962 € * 2 years = 43.848€</p>		
Sub-total for the work Package		21.924€	21.924€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	21.924€		
CANADA	21.924€		

Work Package	7. Point-of-sale (POS) promotion
Activity	7.1 Tasting Days
Description of activity	<p>Targeted product sample distributions generate concrete results since they attract new consumers, consolidate old consumers, enhance shift in demand (from imitations to the authentic product) and increase product visibility and sales. This action will take place in retail chains where European PDO Feta is already</p> <p>54</p> <p>distributed and in chains where new partnerships will be concluded; in any event, in chains where the product will be available on shelves for sale. For example, we list the following chains where partnerships have already been established:</p> <p>USA: Kroger, Costco, Whole Foods, Walmart, Key Food, Balducci's, Raley's, Andronico's.</p> <p>Indicative cities: New York, San Francisco, Chicago, Miami, Los Angeles, Washington, Huston</p> <p>Canada: Costco, Metro, IGA, Provigo</p> <p>Indicative cities: Toronto, Montreal, Vancouver</p> <p>During the promotional activities, a branded stand (campaign logo and messages) and a banner will be set up at the points of sale where a trained team of promoters will ask consumers to taste our product, inform them about the authenticity of it and its characteristics, and offer them a brochure with a product sample. Each team will consist of 2 persons with specific outfits per point of sale.</p> <p>This action will run for 5 days (those with the highest number of store traffic in each market) and 7 hours per day in chain stores in the major urban centres in both countries.</p>

	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	60-day promotion in USA 40-day promotion in Canada 100-day PROMOTION Or 20 prom weeks	60-day promotion in USA 40-day promotion in Canada 100-day PROMOTION Or 20 prom weeks	60-day promotion in USA 40-day promotion in Canada 100-day PROMOTION Or 20 prom weeks
Results indicators	60.000 consumers sensitized by the campaign 60.000 brochures distributed		
Budget Analysis	10 Stands per country: 300€ x 10 = 3.000€ , 15 outfits for promo team: 15 x 50= 750€ , 2 persons per point of sale per day: 300€ x 2 x 5 days = 3.000€ per week of promotion; tasting materials: 1.000€ per week of promotion; product for tasting: 500€ per week; cost of supermarket for provision of space and promotion in a chain brochure: 3.000€ per week; material transportation cost : 200€ per week; pinpointing the right chains/ coordination/ organisation: 550€ per week, Implementation Fee: 2.400€ = 14.400€ per promotion week (distribution of 1,000 brochures per week) USA: 36 promotion weeks= 518.400€		

	Canada: 24 promotion weeks = 345.600€		
	Total cost: 864.000€		
Sub-total for the work Package	288.000€	288.000€	288.000€
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	518.400€		
CANADA	345.600€		

Work Package	8. Other activities		
Activity	8.1 Strategy and Visual Identity		
Description of activity	<p>Design of an effective and high quality communication campaign combined to the message strategy "Enjoy, it's from Europe".</p> <p>This activity will, in fact, transform the program strategy into a communication strategy, including the definition of the campaign's visual identity and key text messages. This strategy will be used for the 2 target markets. The marketing company team will do research and brainstorming and, based on this document, will design a program strategy capable of passing on the message(s) to the target groups in the most effective way. The program identity (title, logo, main message and their visual transmission) is the main promotion tool of any product with regard to it being recognized and remembered by consumers. Given that the product logo will be an important part of the program's graphical communication, it should fulfil its communication mission. The program identity will head all program actions and should, therefore be designed to respond to the needs of the 2 target markets.</p>		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Strategy definition and analysis. Creative representation. Key campaign messages. Definition of the visual identity.	-	-
Results indicators	Recognition rate of the graphical representation and the messages of the campaign.		
Budget Analysis	<p>Presentation of an integrated and documented strategy: 8.000€</p> <p>Visual identity and slogan, appropriately adapted to pavilions, stands, website, social networks, smartphones, tablets, printed material, banners, advertisements: 4.000€, Implementation Fee: 1.560€</p>		

	Total: 13.560 €		
Sub-total for the work Package	13.560 €	0	0
Implementation	Implementing Body		
Summary of budget per target country			
USA	6.780€		
CANADA	6.780€		

Work Package	9. Evaluation of Results		
Activity	Measurement of the Program's positive impact and the quantitative increase of exports of European PDO Feta to the target countries		
Description of activity	In order to evaluate the impact a special measurement of the image of European PDO Feta will be performed by an expert team in the 2 target countries at the beginning of the Program, its first year and at its end through specialized questionnaires. Concerning the financial impact and the measurement of the import sales increase the baseline will be defined and at the end of the Program a comparison will be made, showing the actual data compared to the expected ones had the Program never been implemented. A detailed description of the activity is provided in the Evaluation chapter.		
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3
Deliverables	Questionnaires Collection of quantitative and qualitative data of exports to the target countries during the three- year period.		Questionnaires Collection of quantitative and qualitative data of exports to the target countries during the three- year period.
Results indicators	Correct and Detailed evaluation of the Campaign		
Budget Analysis	Project Setup (incl. approval of Questionnaire) 15.000€ Fieldwork in markets 50.000€ Analysis & Reporting 30.000€ Evaluation cost for three-year period 95.000€		

Sub-total for the work Package	15.000€		80.000€
Implementation	Evaluation Body		
Summary of budget per target country			
USA	41.000€		
CANADA	41.000€		

SECTION 7: MEASUREMENT OF RESULTS AND ACTIONS INDICATORS

In the previous sections, we have demonstrated that European PDO Feta are one of EU's most significant agri-food products with a potential for its awareness and international market shares to grow given the product's superior quality compared to third country products. We, therefore, believe that this Program will be of great assistance towards the achievement of our product-related objectives. The Program's results and its expected impact are connected to the above described objectives. Thus, we are confident that upon completion of the actions the following will have been achieved:

1. Concerning the awareness impact, the following target will be met:

Information and awareness-raising of target audiences by 30% regarding the fact that European PDO Feta is the only authentic Feta, and with uncomparable advantages due to the product's quality and to the high farming and production standards (Integrated Management System), processing, packaging and quality certification systems (according to Regulation 852/04 EC).

To this end, a team of experts will undertake the measurement of the image of European PDO Feta in the two target countries at the beginning of the program, at the end of the first year and upon completion of the program. The experts will, in fact, compile a questionnaire with questions aiming to record target country audience current perceptions about the product. The questionnaire will record the respondents' knowledge of the Program both at the cognitive / empirical level and at the psychological / symbolic level. It will be distributed to a carefully selected sample of respondents, representative of all Program target groups. The questions will be presented so as to eliminate any doubts about the score and will reflect the Program themes and messages.

The respondent sample of each of the target-markets will be proportional to the country's population. Therefore, the samples for each questionnaire wave and for each country are as follows:

1. USA 1000 respondents
2. Canada 300 respondents

The following tables list the outcome and impact indicators based on reference information from similar communication campaigns:

The tables that follow present the action and impact indicators; Total results for the 2 target- markets.

Output	PR Office	1.200 press kits 24 press releases 6 media clipping
Results	Articles/ Advertorials	30
Impact	Number of people reached	400 professionals
Output	PR Events for Professionals & Opinion Leaders	6 events
Results	Number of professionals and opinion leaders attending	600
Impact	Number of free citations/testimonials/articles	300
Output	Website	1
Results	Pageviews	1.000.000
Impact	Number of people effectively reached/Awareness	600.000
Output	Creation and administration of Social Media Accounts	3
Results	Pageviews	900.000
Impact	Number of people effectively reached/Awareness	300.000
Output	Print Advertising	72 ads
Results	Number of people exposed to the ads	2.500.000
Impact	Number of people positively affected	800.000
Output	TV Advertising	9
Results	Number of people exposed to the ads	1.800.0000
Impact	Number of people positively affected	450.0000
Output	Online Advertising (adwords)	Statistics and reports
Results	Number of people exposed to the ads	1.000.0000
Impact	Number of people positively affected	250.0000
Output	Online Advertising (Social Ads)	Statistics and reports
Results	Number of Reach	150.000
Impact	Number of post engagement	30.000
Output	Outdoor Advertising	9 (only in Canada)
Results	Number of exposed to the message consumers	800.000
Impact	Number of people positively affected	200.000
Output	Brochures	350.000
Results	Number of brochures distributed	350.000

Impact	Number of people affected / awareness	125.000
Output	Informative Video	9
Results	Number of people exposed	300.000
Impact	Number of people affected / awareness	150.000
Output	Stands at fairs	3
Results	Professional visitors at fairs	60.000
Impact	Number of contacts to be used/valorized	8.000
Output	Workshops in chef schools	12
Results	Number of students/young professionals exposed to the seminars	1.200
Impact	Number of people affected / awareness	1.200
Output	Weeks in restaurants	156
Results	Number of people exposed to the message	160.000 consumers
Impact	Number of people affected / Awareness	100.000
Output	Sponsorships	2
Results	Number of professionals and consumers exposed to the message	15 consumers (Canada) 20 professionals (USA)
Impact	Number of people affected / Awareness	5 consumers (Canada) 7 professionals (USA)
Output	Study trips to Europe	3
Results	Number of professionals/opinion leaders exposed to the message	30
Impact	Number of people affected / Awareness	30
Output	Pop-up event in restaurant	4
Results	Number of food and lifestyle bloggers exposed to the message	100
Impact	Number of people affected / Awareness	100
Output	Tastings at P.O.S	60 weeks
Results	Number of visitors on the promotion set/stand	60.000
Impact	Number of people affected / Awareness	35.000
Output	Strategy and Visual Identity	Qualitative Data
Results	Key communication messages	Qualitative Data
Impact	Awareness change	Study results

2. Concerning the financial impact, the following target will be met:

	Without the Program (current growth rate)	Conservative projection	Realistic projection
European PDO Feta Exports			
Increase (USA- Canada) 2020 vs 2016	+46%	+81%	+107%
ROI	N.A.	2,39	3,39

In the absence of the Program, European PDO Feta exports are anticipated to increase by an impressive 46% by 2020 (vs 2016), assuming that:

- the European PDO Feta exports continue to grow at the same average rate,
- coupled with the fact that “feta” category market (European PDO Feta and feta-style cheese included) is continuously growing too.

This number is important, but also quite predictable because of the private marketing efforts under way, considering European PDO Feta actual segment is a niche (even with the product being the only authentic, the only which can claim the name Feta and presents unparalleled unique benefits), in a very popular category (“feta” category).

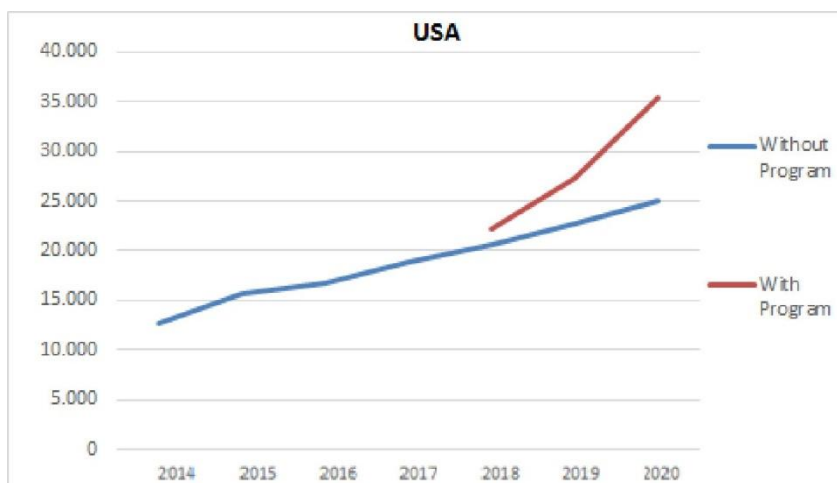
With the Program, the exports will be given a much desired extra boost, and increase by a minimum 80% (conservative projection) and more probably by a 107% (realistic projection). Both projections have a positive ROI.

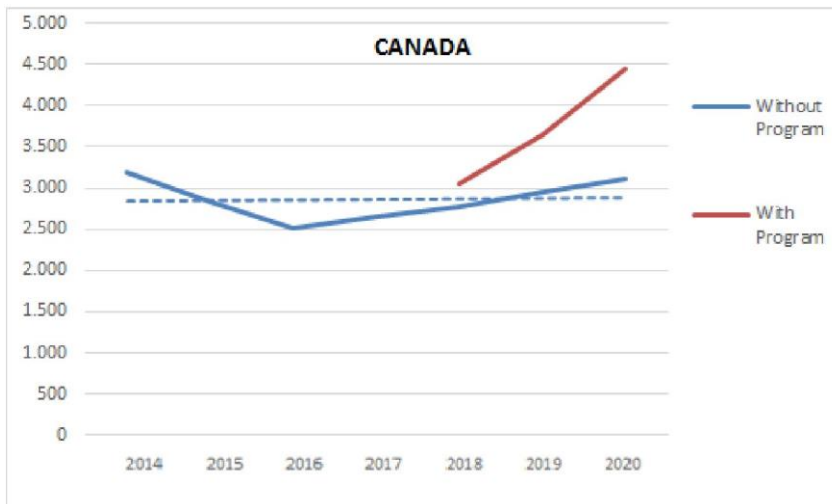
This boost will be achieved by a shift in demand from feta imitations to European PDO Feta. The impactful awareness activities previously mentioned, along with promotion regarding the versatility and gourmet dimension of the product, combined with the current momentum in its exports, will gradually turn the small niche segment into a definitely more significant market share, with a sustained effect that may go beyond the end date of the Program. This boost in European PDO Feta exports will increase milk production and farmers’ income of the member state, will strengthen its primary sector and its GDP.

Methodology used to measure and illustrate the success rate of the Program:

Use the export data of European PDO Feta from Greece of the period 2015-2017 to the 2 target countries, extended to the period 2018 - 2020. This extension represents the expected export sales (baseline) in the absence of the Program, with the current growth rate.

In the following graphs, **the baseline is in blue color** and indicates +49% for the US market, and +24% for the Canadian Market, 2020 vs 2016, without the program support. **The red line shows the expected growth with the Program** with the realistic projection scenario.





Source of Data: ELSTAT- Greek Ministry Of Agriculture

To estimate exports obtained thanks to the Program, we have taken into consideration the activities of the Action and the target groups they address: therefore, we have defined as desired consumption increase the percentage of 107% at the end of the 3-year period, vs 2016.

Return on Investment (ROI)

Calculations are based on the realistic projection.

VALUE (.000)	2018	2019	2020
Exports hypothesis without Program	23.463	25.699	28.151
Exports hypothesis with Program	25.232	30.945	39.936
Real Impact on exports (Net Export increase %)	8%	20%	42%
Real Impact on exports (Net Gain from Investment)	1.769	5.246	11.785

The comparison between the actual export sales during the period 2018 - 2020 and the baseline, indicates the yearly contribution of the Program (Net Export Increase %) and how it impacts the European PDO Feta Exports each year (boost effect by 8% in 2018, 20% in 2019 and 42% in 2020).

This boost translated in value (Net Gain in Exports) and 2016 European PDO Feta exports are used to calculate ROI.

European PDO Feta exports	2016 (.000 €)
USA	16.791
CANADA	2.519
Total	19.310

Source of data: Eurostat

Our objective is to increase exports **by at least 107%** in the two targeted countries 2020 vs 2016. Expected Real Impact on exports

(Net Gain from Investment in .000 €): $1.769 + 5.246 + 11.785 = 18.800$

Return on Investment (ROI) =

$$\frac{\text{Net Gain in Exports (.000€) - investment cost (.000€)}}{\text{investment cost (.000€)}} = \frac{18.800 - 3,469,47}{3,469,47} = 4,42$$

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II – Ειδική Συγγραφή Υποχρεώσεων

1. Ο Ανάδοχος αναλαμβάνει την υποχρέωση και έχει την πλήρη ευθύνη έναντι της Αναθέτουσας Αρχής να υλοποιήσει και να παραδώσει το έργο, σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα της παρούσας, εκτελώντας όλες τις επιμέρους εργασίες που αυτό περιλαμβάνει.
2. Καθ' όλη τη διάρκεια εκτέλεσης του Έργου, ο Ανάδοχος πρέπει να συνεργάζεται με την Αναθέτουσα Αρχή και την ΕΠΠΕ, υποχρεούται δε να λαμβάνει υπόψη του οποιοσδήποτε παρατηρήσεις τους σχετικά με την εκτέλεση του Έργου.
3. Ο Ανάδοχος θα είναι πλήρως και αποκλειστικά μόνος υπεύθυνος για την τήρηση της ισχύουσας νομοθεσίας σε σχέση με οποιαδήποτε εργασία εκτελείται από μέλη της Ομάδας Έργου των εξωτερικών συνεργατών και των υπεργολάβων, που θα ασχοληθούν ή θα παράσχουν οποιοσδήποτε υπηρεσίες σε σχέση με την παρούσα Σύμβαση. Σε περίπτωση οποιασδήποτε παράβασης ή ζημίας που προκληθεί σε τρίτους υποχρεούται μόνος αυτός προς αποκατάστασή της.
4. Ο Ανάδοχος θα πρέπει να εγγυάται για τη διάθεση του αναφερομένου στην Προσφορά του, επιστημονικού και λοιπού προσωπικού, καθώς επίσης και των εξωτερικών συνεργατών και των υπεργολάβων, που θα διαθέτουν την απαιτούμενη εμπειρία, τεχνογνωσία και ικανότητα, ώστε να ανταποκριθούν πλήρως στις απαιτήσεις της Σύμβασης, υπόσχεται δε και βεβαιώνει ότι θα επιδεικνύουν πνεύμα συνεργασίας κατά τις επαφές τους με τις αρμόδιες υπηρεσίες και τα στελέχη της Αναθέτουσας Αρχής. Σε αντίθετη περίπτωση, η Αναθέτουσα Αρχή δύναται να ζητήσει την αντικατάσταση μέλους της Ομάδας Έργου του Αναδόχου, οπότε ο Ανάδοχος οφείλει να προβεί σε αντικατάσταση με άλλο πρόσωπο, ανάλογης εμπειρίας και προσόντων. Αντικατάσταση μέλους της Ομάδας Έργου του Αναδόχου, κατόπιν αιτήματός του, κατά τη διάρκεια της εκτέλεσης του Έργου, δύναται να γίνει μετά από έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής και μόνο με άλλο πρόσωπο αντιστοίχων προσόντων ή εμπειρίας. Ο Ανάδοχος υποχρεούται να ειδοποιήσει την Αναθέτουσα Αρχή εγγράφως, τουλάχιστον δεκαπέντε (15) ημερολογιακές ημέρες πριν από την αντικατάσταση.
5. Ο Ανάδοχος είναι αποκλειστικά και πλήρως υπεύθυνος για πράξεις ή παραλείψεις του προσωπικού/ εξωτερικών συνεργατών/υπεργολάβων που θα απασχολήσει για την εκτέλεση του έργου και οφείλει να ενεργεί με επιμέλεια και φροντίδα, ώστε να εμποδίζει πράξεις ή παραλείψεις, που θα μπορούσαν να έχουν αποτέλεσμα αντίθετο με το συμφέρον της Αναθέτουσας αρχής.
6. Σε περίπτωση ανωτέρας βίας, η απόδειξη αυτής βαρύνει εξ' ολοκλήρου τον Ανάδοχο, ο οποίος υποχρεούται μέσα σε είκοσι (20) εργάσιμες μέρες από την ημερομηνία που συνέβησαν τα περιστατικά που συνιστούν την ανωτέρα βία να τα αναφέρει εγγράφως και να προσκομίσει στην Αναθέτουσα αρχή τα απαραίτητα αποδεικτικά στοιχεία.
7. Ο Ανάδοχος υποχρεούται να τηρεί τις διατάξεις του Ν. 2472/1997 (και 3471/2006 για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες), όσον αφορά τη συλλογή και την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
8. Η Αναθέτουσα Αρχή απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη και υποχρέωση από τυχόν ατύχημα ή από κάθε άλλη αιτία κατά την εκτέλεση του Έργου.
9. Σε περίπτωση που ο Ανάδοχος είναι Ένωση/ Κοινοπραξία, τα Μέλη που αποτελούν την Ένωση/ Κοινοπραξία, θα είναι αλληλεγγύως και εις ολόκληρον υπεύθυνα έναντι της Αναθέτουσας Αρχής για την εκπλήρωση όλων των απορρευουσών από τη Διακήρυξη υποχρεώσεών τους. Τυχόν υφιστάμενες μεταξύ τους συμφωνίες περί κατανομής των ευθυνών τους έχουν ισχύ μόνον στις εσωτερικές τους σχέσεις και σε καμία περίπτωση δεν δύναται να προβληθούν έναντι της Αναθέτουσας Αρχής ως λόγος απαλλαγής του ενός Μέλους από τις ευθύνες και τις υποχρεώσεις του άλλου ή των άλλων Μελών για την ολοκλήρωση του Έργου.
10. Σε περίπτωση που ο Ανάδοχος είναι Ένωση/Κοινοπραξία και κατά τη διάρκεια της εκτέλεσης της Σύμβασης, οποιαδήποτε από τα Μέλη της Ένωσης/Κοινοπραξίας, εξαιτίας ανικανότητας για οποιοδήποτε λόγο ή λόγω ανωτέρας βίας, δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του, τα υπόλοιπα Μέλη συνεχίζουν να έχουν την ευθύνη ολοκλήρωσης της Σύμβασης με τους ίδιους όρους και το ίδιο συμβατικό τίμημα.
11. Σε περίπτωση λύσης, πτώχευσης, ή θέσης σε καθεστώς αναγκαστικής διαχείρισης ή εκκαθάρισης ενός εκ των μελών της ένωσης που απαρτίζουν τον Ανάδοχο, η Σύμβαση εξακολουθεί να

υφίσταται και οι απορρέουσες από τη Σύμβαση υποχρεώσεις βαρύνουν τα αλληλεγγύως εναπομείναντα μέλη του Αναδόχου, μόνο εφόσον αυτά είναι σε θέση να τις εκπληρώσουν. Η κρίση για τη δυνατότητα εκπλήρωσης ή μη των όρων της Σύμβασης εναπόκειται στη διακριτική ευχέρεια του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ. Σε αντίθετη περίπτωση, η Αναθέτουσα Αρχή δύναται να κηρύξει τον ανάδοχο έκπτωτο.

- 12.** Ο Ανάδοχος υποχρεούται να τηρεί τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις διατάξεις της περιβαλλοντικής, κοινωνικοασφαλιστικής και εργατικής νομοθεσίας που έχουν θεσπισθεί με το δίκαιο της Ένωσης, το εθνικό δίκαιο, συλλογικές συμβάσεις ή διεθνείς διατάξεις περιβαλλοντικού, κοινωνικού και εργατικού δικαίου, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 18 του ν.4412/2016.
- 13.** Ο Ανάδοχος υποχρεούται να αποδεικνύει την προβολή στα μέσα (τηλεόραση, διαδίκτυο κτλ) ή την οποιαδήποτε άλλη ενέργεια προβολής και προώθησης.
- 14.** Ο Ανάδοχος υποχρεούται να λαμβάνει υπόψη τα αποτελέσματα που θα προκύπτουν από την αξιολόγηση των δράσεων του Προγράμματος.
- 15.** Το ενημερωτικό και διαφημιστικό υλικό που παράγεται στο πλαίσιο του έργου πρέπει να είναι σύμφωνο με το ενωσιακό δίκαιο (άρθρο 14 παρ.1 του Καν. (ΕΕ) αριθμ. 1144/2014) και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί πριν την έγγραφη έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής.
- 16.** Όσον αφορά στο προϊόν που θα χρησιμοποιηθεί σε διάφορες ενέργειες (π.χ. γευσιγνωσίες) θα πρέπει να εφαρμόζονται όσα ορίζονται στον Καν. (ΕΕ) αριθμ. 1144/2014.
- 17.** Όλο το υλικό που θα παραχθεί για το έργο θα παραδοθεί στην Αναθέτουσα Αρχή από τον Ανάδοχο.
- 18.** Το σύνολο των συμβατικών Παραδοτέων, που θα εκπονηθούν στο πλαίσιο της παρούσας από τον Ανάδοχο, αποτελούν ταυτόχρονα πνευματική ιδιοκτησία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Αναθέτουσας Αρχής.
- 19.** Οι κάθε είδους εφαρμογές των δημιουργικών ιδεών, καθώς και όλο το σχετικό υλικό παραγωγής (μακέτες καταχωρήσεων, τηλεοπτικά spots, ραδιοφωνικά spots, μουσική επένδυση ενεργειών, κλπ) αποτελούν περιουσιακά στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Αναθέτουσας Αρχής, η οποία έχει το δικαίωμα να τα επαναχρησιμοποιήσει ελεύθερα τόσο κατά τη διάρκεια της σύμβασης όσο και μετά τη λήξη αυτής. Όλο το ως άνω υλικό παραδίδεται από τον Ανάδοχο στην Αναθέτουσα Αρχή σε κατάλληλη μορφή ανάλογα με το είδος κάθε παραδοτέου.
- 20.** Τα πνευματικά και συγγενικά δικαιώματα του Αναδόχου ρητώς εκχωρούνται στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στην Αναθέτουσα Αρχή χωρίς την καταβολή πρόσθετης αμοιβής πέραν της προβλεπόμενης στη παρούσα σύμβαση. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η Αναθέτουσα Αρχή θα έχουν τα αποκλειστικά δικαιώματα όλων των υλικών, εντύπων και ηλεκτρονικών και λοιπών παραδοτέων του Αναδόχου, ενώ ο Ανάδοχος δεν μπορεί να τα χρησιμοποιεί, εκτός του πλαισίου της παρούσας Συμβάσεως και της υπ' αυτής υλοποίησης του Έργου, χωρίς την έγκριση της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Αναθέτουσας Αρχής.

Ευρωπαϊκό Ενιαίο Έγγραφο Προμήθειας (ΕΕΕΠ)

Μέρος Ι: Πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία σύναψης σύμβασης και την αναθέτουσα αρχή ή τον αναθέτοντα φορέα

Ετοιχεία της δημοσίευσης

Για διαδικασίες σύναψης σύμβασης για τις οποίες έχει δημοσιευτεί προκήρυξη διαγωνισμού στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι πληροφορίες που απαιτούνται στο μέρος Ι ανακτώνται αυτόματα, υπό την προϋπόθεση ότι έχει χρησιμοποιηθεί η ηλεκτρονική υπηρεσία ΕΕΕΠ για τη συμπλήρωση του ΕΕΕΠ. Παρατίθεται η σχετική ανακοίνωση που δημοσιεύεται στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης:

Αριθμός της προκήρυξης

2017-167983

Αριθμός ανακοίνωσης στην ΕΕ:

-

URL της ΕΕ

National Official Journal

-

Εάν δεν έχει δημοσιευθεί προκήρυξη διαγωνισμού στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή αν δεν υπάρχει υποχρέωση δημοσίευσης εκεί, η αναθέτουσα αρχή ή ο αναθέτων φορέας θα πρέπει να συμπληρώσει πληροφορίες με τις οποίες θα είναι δυνατή η αδιαμφισβήτητη ταυτοποίηση της διαδικασίας σύναψης σύμβασης (π.χ. παραπομπή σε δημοσίευση σε εθνικό επίπεδο)

Ταυτότητα του αγοραστή

Επίσημη ονομασία:

Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός - "ΔΗΜΗΤΡΑ"

Χώρα:

Ελλάδα

Πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία σύναψης συμβάσεων

Type of procedure

Open procedure

Τίτλος:

Παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: Προώθηση της φέτας ΠΟΠ «European Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά

Σύντομη περιγραφή:

Παροχή υπηρεσιών εκτελεστικού οργανισμού για το Πρόγραμμα: Προώθηση της φέτας ΠΟΠ «Feta PDO. Let's get real!» στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά

Αριθμός αναφοράς αρχείου που αποδίδεται στον φάκελο από την αναθέτουσα αρχή ή τον αναθέτοντα φορέα (εάν υπάρχει):

52037/28-11-2017

Μέρος ΙΙ: Πληροφορίες σχετικά με τον οικονομικό φορέα

A: Πληροφορίες σχετικά με τον οικονομικό φορέα

Επωνυμία:

-

Οδός και αριθμός:

-

Ταχ. κωδ.:

-

Πόλη:

-

Χώρα:

Διεύθυνση στο Διαδίκτυο (διεύθυνση δικτυακού τόπου) (εάν υπάρχει):

-

Ηλ. ταχ/μείο:

-

Τηλέφωνο:

-

Αρμόδιος ή αρμόδιοι επικοινωνίας:

-

Αριθ. ΦΠΑ, εφόσον υπάρχει:

-

Εάν δεν υπάρχει αριθμός ΦΠΑ, να αναφέρετε άλλον εθνικό αριθμό ταυτοποίησης, εφόσον απαιτείται και υπάρχει

-

Ο οικονομικός φορέας είναι πολύ μικρή, μικρή ή μεσαία επιχείρηση;

Ναι

Όχι

Μόνο σε περίπτωση προμήθειας κατ' αποκλειστικότητα: ο οικονομικός φορέας είναι προστατευόμενο εργαστήριο, «κοινωνική επιχείρηση» ή προβλέπει την εκτέλεση συμβάσεων στο πλαίσιο προγραμμάτων προστατευόμενης απασχόλησης;

Ναι

Όχι

Ποιο είναι το αντίστοιχο ποσοστό των εργαζομένων με αναπηρία ή μειονεκτούντων εργαζομένων;

-

Εφόσον απαιτείται, ορίστε την κατηγορία ή τις κατηγορίες στις οποίες ανήκουν οι ενδιαφερόμενοι εργαζόμενοι με αναπηρία ή μειονεξία

-

Κατά περίπτωση, ο οικονομικός φορέας είναι εγγεγραμμένος σε επίσημο κατάλογο εγκεκριμένων οικονομικών φορέων ή διαθέτει ισοδύναμο πιστοποιητικό [π.χ. βάσει εθνικού συστήματος (προ)επιλογής];

Ναι

Όχι

- Απαντήστε στα υπόλοιπα τμήματα της παρούσας ενότητας, στην ενότητα Β και, όπου απαιτείται, στην ενότητα Γ του παρόντος μέρους, συμπληρώστε το μέρος V, κατά περίπτωση, και σε κάθε περίπτωση συμπληρώστε και υπογράψτε το μέρος VI.

α) να αναφέρετε τον σχετικό αριθμό εγγραφής ή πιστοποίησης, κατά περίπτωση:

-

β) Εάν το πιστοποιητικό εγγραφής ή η πιστοποίηση διατίθεται ηλεκτρονικά, να αναφέρετε:

-

γ) Να αναφέρετε τα δικαιολογητικά στα οποία βασίζεται η εγγραφή ή η πιστοποίηση και, κατά περίπτωση, την κατάταξη στον επίσημο κατάλογο:

-

δ) Η εγγραφή ή η πιστοποίηση καλύπτει όλα τα απαιτούμενα κριτήρια επιλογής;

Ναι

Όχι

- Επιπροσθέτως, συμπληρώστε τις πληροφορίες που λείπουν στο μέρος IV, ενότητες Α, Β, Γ, ή Δ κατά περίπτωση ΜΟΝΟ εφόσον αυτό απαιτείται στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα της προμήθειας

ε) Ο οικονομικός φορέας θα είναι σε θέση να προσκομίσει βεβαίωση πληρωμής εισφορών κοινωνικής ασφάλισης και φόρων ή να παράσχει πληροφορίες που θα δίνουν τη δυνατότητα στην αναθέτουσα αρχή ή στον αναθέτοντα φορέα να τη λάβει απευθείας, μέσω πρόσβασης σε εθνική βάση δεδομένων σε οποιοδήποτε κράτος μέλος διατίθεται αυτή δωρεάν;

Ναι

Όχι

Εάν η σχετική τεκμηρίωση διατίθεται ηλεκτρονικά, να αναφέρετε:

-

Ο οικονομικός φορέας συμμετέχει στη διαδικασία σύναψης σύμβασης από κοινού με άλλους;

Ναι

Όχι

- Μεριμνήστε για την υποβολή χωριστού εντύπου ΕΕΕΠ από τους άλλους εμπλεκόμενους οικονομικούς φορείς.

α) Να αναφέρετε τον ρόλο του οικονομικού φορέα στον όμιλο (επικεφαλής, υπεύθυνος για συγκεκριμένα καθήκοντα ...):

-

β) Προσδιορίστε τους άλλους οικονομικούς φορείς που συμμετέχουν από κοινού στη διαδικασία προμήθειας:

-

γ) Κατά περίπτωση, επωνυμία του συμμετέχοντος ομίλου:

-

Ανάλογα με την περίπτωση, ένδειξη για την/τις παρτίδα/ες για τις οποίες ο οικονομικός φορέας επιθυμεί να υποβάλει προσφορά:

-

B: Πληροφορίες σχετικά με τους εκπροσώπους του οικονομικού φορέα #1

- Κατά περίπτωση, να αναφέρετε το όνομα και τη διεύθυνση του προσώπου ή των προσώπων που είναι εξουσιοδοτημένα να εκπροσωπούν τον οικονομικό φορέα για τους σκοπούς της παρούσας διαδικασίας σύναψης σύμβασης:

Όνομα

-

Επώνυμο

-

Ημερομηνία γέννησης

-

Τόπος γέννησης

-

Οδός και αριθμός:

-

Ταχ. κωδ.:

-

Πόλη:

-

Χώρα:

Ηλ. ταχ/μείο:

-

Τηλέφωνο:

-

Θέση/Ενεργών υπό την ιδιότητα:

-

Εάν χρειάζεται, δώστε λεπτομερή στοιχεία σχετικά με την εκπροσώπηση (τις μορφές της, την έκταση, τον σκοπό ...):

-

Γ: Πληροφορίες σχετικά με τη στήριξη στις ικανότητες άλλων οντοτήτων

Ο οικονομικός φορέας στηρίζεται στις ικανότητες άλλων οντοτήτων προκειμένου να ανταποκριθεί στα κριτήρια επιλογής που καθορίζονται στο μέρος IV και στα (τυχόν) κριτήρια και κανόνες που καθορίζονται στο μέρος V κατωτέρω;

Ναι

Όχι

- Παρακαλείστε να υποβάλετε χωριστό έντυπο ΕΕΕΠ, με τις πληροφορίες που απαιτούνται σύμφωνα με τα τμήματα Α και Β του παρόντος μέρους, καθώς και το μέρος III, για κάθε μία από τις σχετικές οντότητες, δεόντως συμπληρωμένα και υπογεγραμμένα από τους ενδιαφερόμενους φορείς. Σημειώστε ότι αυτό θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει κάθε τεχνικό προσωπικό ή τεχνικό φορέα, είτε ανήκουν άμεσα στην επιχείρηση του οικονομικού φορέα, ιδίως τους υπεύθυνους για τον έλεγχο της ποιότητας και, όταν πρόκειται για δημόσιες συμβάσεις έργων, το τεχνικό προσωπικό ή τις τεχνικές υπηρεσίες που ο οικονομικός φορέας μπορεί να καλέσει για την εκτέλεση των εργασιών.

Εφόσον είναι σχετικές για τη συγκεκριμένη ικανότητα ή τις ικανότητες στις οποίες στηρίζεται ο οικονομικός φορέας, παρακαλείστε να συμπεριλάβετε τις πληροφορίες σύμφωνα με τα μέρη IV και V για κάθε μία από τις σχετικές οντότητες.

Δ: Πληροφορίες σχετικά με υπερβολάβους στην ικανότητα των οποίων δεν στηρίζεται ο οικονομικός φορέας

- (Το τμήμα συμπληρώνεται μόνο αν οι πληροφορίες αυτές ζητούνται ρητώς από την αναθέτουσα αρχή ή τον αναθέτοντα φορέα).

Ο οικονομικός φορέας προτίθεται να αναθέσει οποιοδήποτε τμήμα της σύμβασης σε τρίτους υπό μορφή υπεργολαβίας;

Ναι

Όχι

Εάν ναι και στο μέτρο που είναι γνωστοί, παραθέστε κατάλογο των προτεινόμενων υπεργολάβων:

-

- Εάν η αναθέτουσα αρχή ή ο αναθέτων φορέας ζητούν ρητώς αυτές τις πληροφορίες επιπλέον των πληροφοριών που προβλέπονται στο μέρος I, να παράσχετε τις πληροφορίες που απαιτούνται σύμφωνα με τα τμήματα Α και Β του παρόντος μέρους και σύμφωνα με το μέρος III για κάθε υπεργολάβο (ή κατηγορία υπεργολάβων).

Μέρος III: Λόγοι αποκλεισμού

A: Λόγοι που σχετίζονται με ποινικές καταδίκες

Στο άρθρο 57 παράγραφος 1 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ ορίζονται οι ακόλουθοι λόγοι αποκλεισμού Συμμετοχή σε εγκληματική οργάνωση

Υπάρχει τελεσίδικη απόφαση εις βάρος του ίδιου του οικονομικού φορέα ή οποιουδήποτε προσώπου το οποίο είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού του οργάνου ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό για συμμετοχή σε εγκληματική οργάνωση με καταδικαστική απόφαση η οποία έχει εκδοθεί πριν από πέντε έτη κατά το μέγιστο ή στην οποία έχει οριστεί απευθείας περίοδος αποκλεισμού που εξακολουθεί να ισχύει; Όπως ορίζεται στο άρθρο 2 της απόφασης-πλαίσιο 2008/841/ΔΕΥ του Συμβουλίου, της 24ης Οκτωβρίου 2008, για την καταπολέμηση του οργανωμένου εγκλήματος (ΕΕ L 300 της 11.11.2008, σ. 42).

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Διαφθορά

Υπάρχει τελεσίδικη απόφαση εις βάρος του ίδιου του οικονομικού φορέα ή οποιουδήποτε προσώπου το οποίο είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού του οργάνου ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό για διαφθορά με καταδικαστική απόφαση η οποία έχει εκδοθεί πριν από πέντε έτη κατά το μέγιστο ή στην οποία έχει οριστεί απευθείας περίοδος αποκλεισμού που εξακολουθεί να ισχύει; Όπως ορίζεται στο άρθρο 3 της σύμβασης περί της καταπολέμησης της δωροδοκίας στην οποία ενέχονται υπάλληλοι των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων ή των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ΕΕ C 195 της 25.6.1997, σ. 1 και στο άρθρο 2 παράγραφος 1 της απόφασης-πλαίσιο 2003/568/ΔΕΥ του Συμβουλίου, της 22ας Ιουλίου 2003 για την καταπολέμηση της δωροδοκίας στον ιδιωτικό τομέα (ΕΕ L 192 της 31.7.2003, σ. 54). Αυτός ο λόγος αποκλεισμού περιλαμβάνει επίσης τη διαφθορά όπως ορίζεται στο εθνικό δίκαιο της αναθέτουσας αρχής (του αναθέτοντα φορέα) ή του οικονομικού φορέα.

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Απάτη

Υπάρχει τελεσίδικη απόφαση εις βάρος του ίδιου του οικονομικού φορέα ή οποιουδήποτε προσώπου το οποίο είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού του οργάνου ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό για απάτη με καταδικαστική απόφαση η οποία έχει εκδοθεί πριν από πέντε έτη κατά το μέγιστο ή στην οποία έχει οριστεί απευθείας περίοδος αποκλεισμού που εξακολουθεί να ισχύει; Κατά την έννοια του άρθρου 1 της σύμβασης σχετικά με τη προστασία των οικονομικών συμφερόντων των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (ΕΕ C 316 της 27.11.1995, σ. 48).

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Τρομοκρατικά εγκλήματα ή εγκλήματα συνδεόμενα με τρομοκρατικές δραστηριότητες

Υπάρχει τελεσίδικη απόφαση εις βάρος του ίδιου του οικονομικού φορέα ή οποιουδήποτε προσώπου το οποίο είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού του οργάνου ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό για τρομοκρατικά εγκλήματα ή εγκλήματα συνδεδεμένα με τρομοκρατικές δραστηριότητες με καταδικαστική απόφαση η οποία έχει εκδοθεί πριν από πέντε έτη κατά το μέγιστο ή στην οποία έχει οριστεί απευθείας περίοδος αποκλεισμού που εξακολουθεί να ισχύει; Όπως ορίζονται στα άρθρα 1 και 3 της απόφασης-πλαίσιο του Συμβουλίου, της 13ης Ιουνίου 2002 για την καταπολέμηση της τρομοκρατίας (ΕΕ L 164 της 22.6.2002, σ. 3). Αυτός ο λόγος αποκλεισμού περιλαμβάνει επίσης την ηθική αυτουργία ή την απόπειρα εγκλήματος, όπως αναφέρονται στο άρθρο 4 της εν λόγω απόφασης-πλαίσιο.

Η απάντησή σας

- Ναι
 Όχι

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

- Ναι
 Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες ή χρηματοδότηση της τρομοκρατίας

Υπάρχει τελεσίδικη απόφαση εις βάρος του ίδιου του οικονομικού φορέα ή οποιουδήποτε προσώπου το οποίο είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού του οργάνου ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό για νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες ή χρηματοδότηση της τρομοκρατίας με καταδικαστική απόφαση η οποία έχει εκδοθεί πριν από πέντε έτη κατά το μέγιστο ή στην οποία έχει οριστεί απευθείας περίοδος αποκλεισμού που εξακολουθεί να ισχύει; Όπως

ορίζεται στο άρθρο 1 της οδηγίας 2005/60/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 26ης Οκτωβρίου 2005, σχετικά με την πρόληψη της χρησιμοποίησης του χρηματοπιστωτικού συστήματος για τη νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες και τη χρηματοδότηση της τρομοκρατίας (ΕΕ L 309 της 25.11.2005, σ.15).

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Παιδική εργασία και άλλες μορφές εμπορίας ανθρώπων

Υπάρχει τελεσίδικη απόφαση εις βάρος του ίδιου του οικονομικού φορέα ή οποιουδήποτε προσώπου το οποίο είναι μέλος του διοικητικού, διευθυντικού ή εποπτικού του οργάνου ή έχει εξουσία εκπροσώπησης, λήψης αποφάσεων ή ελέγχου σε αυτό για παιδική εργασία και άλλες μορφές εμπορίας ανθρώπων με καταδικαστική απόφαση η οποία έχει εκδοθεί πριν από πέντε έτη κατά το μέγιστο ή στην οποία έχει οριστεί απευθείας περίοδος αποκλεισμού που εξακολουθεί να ισχύει; Όπως ορίζεται στο άρθρο 2 της οδηγίας 2011/36/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 5ης Απριλίου 2011, για την πρόληψη και την καταπολέμηση της εμπορίας ανθρώπων και για την προστασία των θυμάτων της, καθώς και για την αντικατάσταση της απόφασης-πλαίσιο 2002/629/ΔΕΥ του Συμβουλίου (ΕΕ L 101 της 15.4.2011, σ. 1).

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Β: Λόγοι που σχετίζονται με την καταβολή φόρων ή εισφορών κοινωνικής ασφάλισης

Στο άρθρο 57 παράγραφος 2 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ ορίζονται οι ακόλουθοι λόγοι αποκλεισμού

Καταβολή φόρων

Παρέβη ο οικονομικός φορέας τις υποχρεώσεις του όσον αφορά την καταβολή φόρων, τόσο στη χώρα στην οποία είναι εγκατεστημένος όσο και στο κράτος μέλος της αναθέτουσας αρχής ή του αναθέτοντα φορέα, εάν είναι άλλο από τη χώρα εγκατάστασης;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Οικεία χώρα ή κράτος μέλος

Ενεχόμενο ποσό

-

Η παράβαση υποχρεώσεων έχει αποδειχθεί με άλλα μέσα εκτός από δικαστική ή διοικητική απόφαση;

Ναι

Όχι

Εάν η παράβαση υποχρεώσεων έχει αποδειχθεί με δικαστική ή διοικητική απόφαση, η εν λόγω απόφαση είναι τελεσίδικη και δεσμευτική;

Ναι

Όχι

Να αναφερθεί η ημερομηνία καταδίκης ή έκδοσης της απόφασης.

-

Σε περίπτωση καταδικαστικής απόφασης, εφόσον ορίζεται απευθείας σε αυτήν, η διάρκεια της περιόδου αποκλεισμού

-

Περιγράψτε ποιά μέσα χρησιμοποιήθηκαν

-

Ο οικονομικός φορέας έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του, είτε καταβάλλοντας τους φόρους ή τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης που οφείλει, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δεδουλευμένων τόκων ή των προστίμων, είτε υπαγόμενος σε δεσμευτικό διακανονισμό για την καταβολή τους;

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Καταβολή εισφορών κοινωνικής ασφάλισης

Παραβίασε ο οικονομικός φορέας τις υποχρεώσεις του όσον αφορά την καταβολή εισφορών κοινωνικής ασφάλισης, τόσο στη χώρα στην οποία είναι εγκατεστημένος όσο και στο κράτος μέλος της

αναθέτουσας αρχής ή του αναθέτοντα φορέα, εάν είναι άλλο από τη χώρα εγκατάστασης;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Οικεία χώρα ή κράτος μέλος

Ενεχόμενο ποσό

-

Η παράβαση υποχρεώσεων έχει αποδειχθεί με άλλα μέσα εκτός από δικαστική ή διοικητική απόφαση;

Ναι

Όχι

Εάν η παράβαση υποχρεώσεων έχει αποδειχθεί με δικαστική ή διοικητική απόφαση, η εν λόγω απόφαση είναι τελεσίδικη και δεσμευτική;

Ναι

Όχι

Να αναφερθεί η ημερομηνία καταδίκης ή έκδοσης της απόφασης.

-

Σε περίπτωση καταδικαστικής απόφασης, εφόσον ορίζεται απευθείας σε αυτήν, η διάρκεια της περιόδου αποκλεισμού

-

Περιγράψτε ποιά μέσα χρησιμοποιήθηκαν

-

Ο οικονομικός φορέας έχει εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του, είτε καταβάλλοντας τους φόρους ή τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης που οφείλει, συμπεριλαμβανομένων, κατά περίπτωση, των δεδουλευμένων τόκων ή των προστίμων, είτε υπαγόμενος σε δεσμευτικό διακανονισμό για την καταβολή τους;

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Γ: Λόγοι που σχετίζονται με αφερεγγυότητα, σύγκρουση συμφερόντων ή επαγγελματικό παράπτωμα

Στο άρθρο 57 παράγραφος 4 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ ορίζονται οι ακόλουθοι λόγοι αποκλεισμού

Παραβίαση των υποχρεώσεων στον τομέα του περιβαλλοντικού δικαίου

Ο οικονομικός φορέας έχει, εν γνώσει του, παραβιάσει τις υποχρεώσεις του στον τομέα του περιβαλλοντικού δικαίου; Όπως αναφέρονται για τους σκοπούς της παρούσας προμήθειας στο εθνικό δίκαιο, στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα της προμήθειας ή στο άρθρο 18 παράγραφος 2 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ.

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Έχετε λάβει μέτρα για να αποδείξετε την αξιοπιστία σας («αυτοκάθαρση»)

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Παραβίαση των υποχρεώσεων στον τομέα του κοινωνικού δικαίου

Ο οικονομικός φορέας έχει, εν γνώσει του, παραβιάσει τις υποχρεώσεις του στον τομέα του κοινωνικού δικαίου; Όπως αναφέρονται για τους σκοπούς της παρούσας προμήθειας στο εθνικό

δίκαιο, στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα της προμήθειας ή στο άρθρο 18 παράγραφος 2 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ.

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Έχετε λάβει μέτρα για να αποδείξετε την αξιοπιστία σας («αυτοκάθαρση»)

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Παραβίαση των υποχρεώσεων στους τομείς του εργατικού δικαίου

Ο οικονομικός φορέας έχει, εν γνώσει του, παραβιάσει τις υποχρεώσεις του στον τομέα του εργατικού δικαίου; Όπως αναφέρονται για τους σκοπούς της παρούσας προμήθειας στο εθνικό δίκαιο, στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα της προμήθειας ή στο άρθρο 18 παράγραφος 2 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ.

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Έχετε λάβει μέτρα για να αποδείξετε την αξιοπιστία σας («αυτοκάθαρση»)

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Πτώχευση

Έχει κηρύξει ο οικονομικός φορέας πτώχευση;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Διευκρινίστε τους λόγους για τους οποίους, ωστόσο, μπορείτε να εκτελέσετε τη σύμβαση. Οι πληροφορίες αυτές δεν είναι απαραίτητο να παρασχεθούν εάν ο αποκλεισμός των οικονομικών φορέων στην παρούσα περίπτωση έχει καταστεί υποχρεωτικός βάσει του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης όταν ο οικονομικός φορέας είναι, ωστόσο, σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση.

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Αφερεγγυότητα

Αποτελεί ο οικονομικός φορέας αντικείμενο διαδικασίας αφερεγγυότητας ή παύσης δραστηριοτήτων;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Διευκρινίστε τους λόγους για τους οποίους, ωστόσο, μπορείτε να εκτελέσετε τη σύμβαση. Οι πληροφορίες αυτές δεν είναι απαραίτητο να παρασχεθούν εάν ο αποκλεισμός των οικονομικών φορέων στην παρούσα περίπτωση έχει καταστεί υποχρεωτικός βάσει του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης όταν ο οικονομικός φορέας είναι, ωστόσο, σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση.

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Διακανονισμός με τους πιστωτές

Βρίσκεται ο οικονομικός φορέας σε διακανονισμό με πιστωτές;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Διευκρινίστε τους λόγους για τους οποίους, ωστόσο, μπορείτε να εκτελέσετε τη σύμβαση. Οι πληροφορίες αυτές δεν είναι απαραίτητο να παρασχεθούν εάν ο αποκλεισμός των οικονομικών φορέων στην παρούσα περίπτωση έχει καταστεί υποχρεωτικός βάσει του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης όταν ο οικονομικός φορέας είναι, ωστόσο, σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση.

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Κατάσταση ανάλογη της πτώχευσης, δυνάμει της εθνικής νομοθεσίας

Βρίσκεται ο οικονομικός φορέας σε οποιαδήποτε ανάλογη της πτώχευσης κατάσταση, προκύπτουσα από παρόμοια διαδικασία προβλεπόμενη σε εθνικές νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Διευκρινίστε τους λόγους για τους οποίους, ωστόσο, μπορείτε να εκτελέσετε τη σύμβαση. Οι πληροφορίες αυτές δεν είναι απαραίτητο να παρασχεθούν εάν ο αποκλεισμός των οικονομικών φορέων στην παρούσα περίπτωση έχει καταστεί υποχρεωτικός βάσει του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης όταν ο οικονομικός φορέας είναι, ωστόσο, σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση.

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Περιουσιακά στοιχεία υπό αναγκαστική διαχείριση από εκκαθαριστή

Είναι τα περιουσιακά στοιχεία του οικονομικού φορέα υπό αναγκαστική διαχείριση από εκκαθαριστή ή από δικαστήριο;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Διευκρινίστε τους λόγους για τους οποίους, ωστόσο, μπορείτε να εκτελέσετε τη σύμβαση. Οι πληροφορίες αυτές δεν είναι απαραίτητο να παρασχεθούν εάν ο αποκλεισμός των οικονομικών φορέων στην παρούσα περίπτωση έχει καταστεί υποχρεωτικός βάσει του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης όταν ο οικονομικός φορέας είναι, ωστόσο, σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση.

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Αναστολή επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Έχουν ανασταλεί οι επιχειρηματικές δραστηριότητες του οικονομικού φορέα;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Διευκρινίστε τους λόγους για τους οποίους, ωστόσο, μπορείτε να εκτελέσετε τη σύμβαση. Οι πληροφορίες αυτές δεν είναι απαραίτητο να παρασχεθούν εάν ο αποκλεισμός των οικονομικών φορέων στην παρούσα περίπτωση έχει καταστεί υποχρεωτικός βάσει του εφαρμοστέου εθνικού δικαίου χωρίς δυνατότητα παρέκκλισης όταν ο

οικονομικός φορέας είναι, ωστόσο, σε θέση να εκτελέσει τη σύμβαση.

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Συμφωνίες με άλλους οικονομικούς φορείς με στόχο τη στρέβλωση του ανταγωνισμού

Έχει συνάψει ο οικονομικός φορέας συμφωνίες με άλλους οικονομικούς φορείς με σκοπό τη στρέβλωση του ανταγωνισμού;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Έχετε λάβει μέτρα για να αποδείξετε την αξιοπιστία σας («αυτοκάθαρση»)

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Ένοχος σοβαρού επαγγελματικού παραπτώματος

Έχει διαπράξει ο οικονομικός φορέας σοβαρό επαγγελματικό παράπτωμα; Κατά περίπτωση, βλέπε ορισμούς στο εθνικό δίκαιο, στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα της προμήθειας.

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Έχετε λάβει μέτρα για να αποδείξετε την αξιοπιστία σας
(«αυτοκάθαρση»)

- Ναι
- Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Σύγκρουση συμφερόντων λόγω της συμμετοχής του στη διαδικασία σύναψης της σύμβασης

Είναι ο οικονομικός φορέας ενήμερος για τυχόν σύγκρουση συμφερόντων, όπως ορίζεται από την εθνική νομοθεσία, τη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα της προμήθειας, λόγω της συμμετοχής του στη διαδικασία σύναψης της σύμβασης;

Η απάντησή σας

- Ναι
- Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Άμεση ή έμμεση συμμετοχή στην κατάρτιση της παρούσας διαδικασίας σύναψης σύμβασης

Έχει ο οικονομικός φορέας, ή συνδεδεμένη με αυτόν επιχείρηση, παράσχει συμβουλές στην αναθέτουσα αρχή ή την συμβαλλόμενη οντότητα ή έχει κατ' άλλον τρόπο εμπλακεί στην κατάρτιση της διαδικασίας σύναψης σύμβασης;

Η απάντησή σας

- Ναι
- Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Πρώρη λήξη, αποζημιώσεις ή άλλες παρόμοιες κυρώσεις

Έχουν επιβληθεί στον οικονομικό φορέα, στο πλαίσιο προηγούμενης δημόσιας σύμβασης, προηγούμενης σύμβασης με αναθέτουσα αρχή ή προηγούμενης σύμβασης παραχώρησης, πρώρη καταγγελία της σύμβασης, αποζημιώσεις ή άλλες παρόμοιες κυρώσεις;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Έχετε λάβει μέτρα για να αποδείξετε την αξιοπιστία σας
(«αυτοκάθαρση»)

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Ψευδείς δηλώσεις, απόκρυψη πληροφοριών, ανικανότητα παροχής των απαιτούμενων εγγράφων και πληροφοριών εμπιστευτικού χαρακτήρα της παρούσας διαδικασίας

Ο οικονομικός φορέας:

α) έχει κριθεί ένοχος σοβαρών ψευδών δηλώσεων κατά την παροχή των πληροφοριών που απαιτούνται για την εξακρίβωση της απουσίας των λόγων αποκλεισμού ή την ικανοποίηση των κριτηρίων επιλογής,

β) έχει αποκρύψει τις πληροφορίες αυτές,

γ) δεν ήταν σε θέση, χωρίς καθυστέρηση, να προσκομίσει τα απαιτούμενα από την αναθέτουσα αρχή ή τον αναθέτοντα φορέα δικαιολογητικά, και

δ) έχει επιχειρήσει να επηρεάσει με αθέμιτο τρόπο τη διαδικασία λήψης αποφάσεων της αναθέτουσας αρχής ή του αναθέτοντος φορέα, να αποκτήσει εμπιστευτικές πληροφορίες που ενδέχεται να του αποφέρουν αθέμιτο πλεονέκτημα στη διαδικασία σύναψης της σύμβασης ή να παράσχει εξ αμελείας παραπλανητικές πληροφορίες που ενδέχεται να επηρεάσουν ουσιωδώς τις αποφάσεις που αφορούν τον αποκλεισμό, την επιλογή ή την ανάθεση;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Δ: Αμιγώς εθνικοί λόγοι αποκλεισμού

Ισχύουν οι αμιγώς εθνικοί λόγοι αποκλεισμού που ορίζονται στη σχετική

προκήρυξη ή στα έγγραφα σύναψης της σύμβασης;

Αμιγώς εθνικοί λόγοι αποκλεισμού

Άλλοι λόγοι αποκλεισμού που ενδέχεται να προβλέπονται από την εθνική νομοθεσία του κράτους μέλους της αναθέτουσας αρχής ή του αναθέτοντα φορέα. Ισχύουν οι αμιγώς εθνικοί λόγοι αποκλεισμού που ορίζονται στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα σύναψης της σύμβασης;

Η απάντησή σας

Ναι

Όχι

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Μέρος IV: Κριτήρια επιλογής

B: Οικονομική και χρηματοδοτική επάρκεια

Στο άρθρο 58 παράγραφος 3 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ ορίζονται τα ακόλουθα κριτήρια επιλογής Γενικός ετήσιος κύκλος εργασιών

Ο γενικός ετήσιος κύκλος εργασιών του οικονομικού φορέα για τον αριθμό οικονομικών ετών που απαιτούνται βάσει της σχετικής προκήρυξης, των εγγράφων σύναψης της σύμβασης ή του ΕΕΕΠ είναι ο εξής:

Ποσό

-

Ημερομηνία έναρξης

-

Ημερομηνία λήξης

-

Ποσό

-

Ημερομηνία έναρξης

-

Ημερομηνία λήξης

-

Ποσό

-

Ημερομηνία έναρξης

-

Ημερομηνία λήξης

-

Ποσό

-

Ημερομηνία έναρξης

-

Ημερομηνία λήξης

-

Ποσό

-

Ημερομηνία έναρξης

-

Ημερομηνία λήξης

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών

Ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών του οικονομικού φορέα για τον αριθμό οικονομικών ετών που απαιτούνται βάσει της σχετικής προκήρυξης, των εγγράφων σύναψης της σύμβασης ή του ΕΕΕΠ είναι ο εξής:

Αριθμός ετών

-

Μέσος κύκλος εργασιών

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Ειδικός μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών

Ο ειδικός μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών του οικονομικού φορέα στον επιχειρηματικό τομέα που καλύπτει η σύμβαση για τον αριθμό ετών που απαιτούνται βάσει της σχετικής προκήρυξης, των εγγράφων σύναψης της σύμβασης ή του ΕΕΕΠ είναι ο εξής:

Αριθμός ετών

-

Μέσος κύκλος εργασιών

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Γ: Τεχνική και επαγγελματική ικανότητα

Στο άρθρο 58 παράγραφος 4 της οδηγίας 2014/24/ΕΕ ορίζονται τα ακόλουθα κριτήρια επιλογής

Για τις συμβάσεις υπηρεσιών: επιδόσεις υπηρεσιών του συγκεκριμένου τύπου

Μόνο για τις δημόσιες συμβάσεις υπηρεσιών: Κατά τη διάρκεια της περιόδου αναφοράς, ο οικονομικός φορέας παρείχε τις ακόλουθες κύριες υπηρεσίες του συγκεκριμένου τύπου. Οι αναθέτουσες αρχές μπορούν να ζητούν έως τρία έτη και να επιτρέπουν την τεκμηρίωση πείρας που υπερβαίνει τα τρία έτη.

Περιγραφή

-

Ποσό

-

Ημερομηνία έναρξης

-

Ημερομηνία λήξης

-

Αποδέκτες

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Τίτλοι σπουδών και επαγγελματικών προσόντων

Ο πάροχος της υπηρεσίας ή ο ίδιος ο ανάδοχος και/ή (ανάλογα με τις απαιτήσεις που καθορίζονται στη σχετική προκήρυξη ή στα έγγραφα σύναψης της σύμβασης) το διευθυντικό του προσωπικό διαθέτει τα παρακάτω εκπαιδευτικά και επαγγελματικά προσόντα του.

Παρακαλείστε να τα περιγράψετε

-

Είναι οι πληροφορίες αυτές διαθέσιμες δωρεάν για τις αρχές από τη βάση δεδομένων κράτους μέλους της ΕΕ;

Ναι

Όχι

URL

-

Κωδικός

-

Εκδότης

-

Ποσοστό υπερβολαβίας

Ο οικονομικός φορέας προτίθεται, ενδεχομένως, να αναθέσει σε τρίτους υπό μορφή υπεργολαβίας το ακόλουθο τμήμα (δηλ. ποσοστό) της σύμβασης. Επισημαίνεται ότι εάν ο οικονομικός φορέας έχει αποφασίσει να αναθέσει τμήμα της σύμβασης σε τρίτους υπό μορφή υπεργολαβίας και στηρίζεται στις ικανότητες του υπεργολάβου για την εκτέλεση του εν λόγω τμήματος, τότε θα πρέπει να συμπληρωθεί χωριστό ΕΕΕΠ για τους σχετικούς υπεργολάβους, βλέπε μέρος ΙΙ, ενότητα Γ ανωτέρω.

Προσδιορίστε

-

Λήξη

Μέρος VI: Τελικές δηλώσεις

Ο οικονομικός φορέας, δηλώνω επισήμως ότι τα στοιχεία που έχω αναφέρει στα μέρη ΙΙ έως V ανωτέρω είναι ακριβή και ορθά και ότι έχω πλήρη επίγνωση των συνεπειών σε περίπτωση σοβαρών ψευδών δηλώσεων.

Ο οικονομικός φορέας, δηλώνω επισήμως ότι είμαι σε θέση, κατόπιν αιτήματος και χωρίς καθυστέρηση, να προσκομίσω τα πιστοποιητικά και τις λοιπές μορφές αποδεικτικών εγγράφων που αναφέρονται, εκτός εάν:

- α) Η αναθέτουσα αρχή ή ο αναθέτων φορέας έχει τη δυνατότητα να λάβει τα σχετικά δικαιολογητικά απευθείας με πρόσβαση σε εθνική βάση δεδομένων σε οποιοδήποτε κράτος μέλος αυτή διατίθεται δωρεάν [υπό την προϋπόθεση ότι ο οικονομικός φορέας έχει παράσχει τις απαραίτητες πληροφορίες (διαδικτυακή διεύθυνση, αρχή ή φορέα έκδοσης, επακριβή στοιχεία αναφοράς των εγγράφων) που παρέχουν τη δυνατότητα στην αναθέτουσα αρχή ή στον αναθέτοντα φορέα να το πράξει]. Όπου απαιτείται, πρέπει να υπάρχει ανάλογη συγκατάθεση πρόσβασης ή
- β) Από τις 18 Οκτωβρίου 2018 το αργότερο (ανάλογα με την εθνική εφαρμογή του άρθρου 59 παράγραφος 5 δεύτερο εδάφιο της οδηγίας 2014/24/ΕΕ), η αναθέτουσα αρχή ή ο αναθέτων φορέας έχουν ήδη στην κατοχή τους τα σχετικά έγγραφα.

Ο οικονομικός φορέας δίδω επισήμως τη συγκατάθεσή μου
στ... [προσδιορισμός της αναθέτουσας αρχής ή του

αναθέτοντα φορέα, όπως καθορίζεται στο μέρος I, ενότητα A], προκειμένου να αποκτήσει πρόσβαση σε δικαιολογητικά των πληροφοριών τις οποίες έχω υποβάλλει στ... [να προσδιοριστεί το αντίστοιχο μέρος/ενότητα/σημείο] του παρόντος Ευρωπαϊκού Ενιαίου Εγγράφου Προμήθειας για τους σκοπούς

τ... [προσδιορισμός της διαδικασίας προμήθειας: (συνοπτική περιγραφή, παραπομπή στη δημοσίευση στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αριθμός αναφοράς)].

Ημερομηνία, τόπος και, όπου ζητείται ή απαιτείται, υπογραφή(-ές) :

Ημερομηνία

-

Τόπος

-

Υπογραφή

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ IV – Πίνακας Συμμόρφωσης

Ο Πίνακας Συμμόρφωσης πρέπει να συμπληρωθεί από τους Προσφέροντες.

Επεξήγηση των στηλών του πίνακα

α) Στήλη α/α:

Στη στήλη αυτή αναγράφεται ο αύξων αριθμός των στοιχείων που περιγράφονται στην επόμενη στήλη.

β) Στήλη ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ / ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΗ:

Στη στήλη αυτή περιγράφονται αναλυτικά οι αντίστοιχοι τεχνικοί όροι, υποχρεώσεις ή επεξηγήσεις, για τα οποία θα πρέπει να δοθούν αντίστοιχες απαντήσεις.

γ) Στήλη ΑΠΑΙΤΗΣΗ:

Στη στήλη αυτή έχουν συμπληρωθεί:

1. Η λέξη "ΝΑΙ", που σημαίνει ότι η αντίστοιχη προδιαγραφή είναι υποχρεωτική

Η μη τήρηση των ανωτέρω συνιστά λόγο απόρριψης της προσφοράς.

δ) Στήλη ΑΠΑΝΤΗΣΗ:

Στη στήλη αυτή σημειώνεται η απάντηση των Προσφερόντων που έχει τη μορφή:

1. ΥΠΑΡΧΕΙ: η αντίστοιχη προδιαγραφή καλύπτεται

2. ΔΕΝ ΚΑΛΥΠΤΕΤΑΙ: η αντίστοιχη προδιαγραφή δεν δύναται να καλυφθεί

ε) Στήλη ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ:

Στη στήλη αυτή αναγράφεται σαφής παραπομπή σε αντίστοιχο σημείο της προσφοράς (μέσω αύξοντα αριθμού, αριθμού σελίδας, εγγράφου ή δημοσιεύματος) με το οποίο υποστηρίζονται οι πληροφορίες που έχουν παρατεθεί στις προηγούμενες στήλες.

Είναι επιθυμητή η όσον το δυνατόν πληρέστερη συμπλήρωση και οι παραπομπές να είναι κατά το δυνατόν συγκεκριμένες.

Είναι υποχρεωτική η απάντηση σε όλα τα σημεία του Πίνακα Συμμόρφωσης και η παροχή όλων των πληροφοριών που ζητούνται. Μη συμμόρφωση συνιστά λόγο απόρριψης της προσφοράς.

A/A	ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ	ΑΠΑΙΤΗΣΗ	ΑΠΑΝΤΗΣΗ	ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ
1	Ο οικονομικός φορέας ασκεί επαγγελματική δραστηριότητα σε όλες τις ακόλουθες κατηγορίες δραστηριοτήτων σωρευτικά: α) υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων, β) υπηρεσίες προβολής, γ) υπηρεσίες διαφήμισης και μάρκετινγκ, δ) υπηρεσίες διοργάνωσης εκθέσεων και συνεδρίων.	ΝΑΙ		
2	Ο οικονομικός φορέας διαθέτει γενικό ετήσιο κύκλο εργασιών για κάθε ένα από τα έτη 2014, 2015 και 2016 ίσο ή μεγαλύτερο των 400.000,00 €	ΝΑΙ		

A/A	ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ	ΑΠΑΙΤΗΣΗ	ΑΠΑΝΤΗΣΗ	ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ
3	Ο οικονομικός φορέας διαθέτει μέσο γενικό ετήσιο κύκλο εργασιών των ετών 2014, 2015 και 2016 ίσο ή μεγαλύτερο των 600.000,00 €	ΝΑΙ		
4	Ο οικονομικός φορέας διαθέτει μέσο «ειδικό» ετήσιο κύκλο εργασιών για τα έτη 2014, 2015 και 2016 ίσο ή μεγαλύτερο των 300.000,00 €	ΝΑΙ		
5	<p>Ο οικονομικός φορέας διαθέτει σχετική εμπειρία υλοποίησης έργων σε όλους τους κάτωθι τομείς, κατά το διάστημα 2012-2016:</p> <ul style="list-style-type: none"> • στο σχεδιασμό και υλοποίηση ολοκληρωμένων επικοινωνιακών προγραμμάτων • στο σχεδιασμό και υλοποίηση στρατηγικής προωθητικών ενεργειών • στο σχεδιασμό και οργάνωση επικοινωνιακών εκδηλώσεων για το ευρύ κοινό ή κατηγορίες κοινού, καθώς και στην οργάνωση εκθέσεων, συνεδρίων, ημερίδων, σεμιναρίων κ.λπ. • στο σχεδιασμό και υλοποίηση προβολής στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και στο διαδίκτυο • στο σχεδιασμό και υλοποίηση ενεργειών πληροφόρησης για διάφορες κατηγορίες κοινού • στο σχεδιασμό δημιουργικών προτάσεων προβολής-προώθησης • στο σχεδιασμό έντυπου και ηλεκτρονικού ενημερωτικού/διαφημιστικού υλικού 	ΝΑΙ		
6	Ο οικονομικός φορέας έχει	ΝΑΙ		

A/A	ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ	ΑΠΑΙΤΗΣΗ	ΑΠΑΝΤΗΣΗ	ΠΑΡΑΠΟΜΠΗ
	υλοποιήσει έργα σε έναν ή περισσότερους από τους προαναφερθέντες τομείς δραστηριοτήτων σε μία τουλάχιστον από τις χώρες-στόχους (ΗΠΑ - Καναδά) κατά το διάστημα 2012-2016.			
7	Ο οικονομικός φορέας κατά τη διάρκεια των ετών 2014, 2015 και 2016, έχει εκτελέσει τουλάχιστον 2 συμβάσεις παροχής υπηρεσιών των κατηγοριών δραστηριοτήτων που αναφέρονται στην παρ. 2.2.4, αξίας (άνευ ΦΠΑ) τουλάχιστον 300.000,00 € έκαστη.	ΝΑΙ		
8	Ο οικονομικός φορέας προτείνει Ομάδα Έργου η οποία στελεχώνεται σύμφωνα με τους όρους της διακήρυξης	ΝΑΙ		
9	Ο οικονομικός φορέας υποβάλλει κατάλληλα συμπληρωμένο ΕΕΕΣ για την παρούσα σύμβαση	ΝΑΙ		
10	Ο οικονομικός φορέας υποβάλλει εγγυητική επιστολή συμμετοχής σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στην διακήρυξη	ΝΑΙ		
11	Η τεχνική προσφορά περιέχει τα αναλυτικά βιογραφικά σημειώματα των στελεχών της Ομάδας Έργου σύμφωνα με το Υπόδειγμα του Παραρτήματος V της διακήρυξης	ΝΑΙ		
12	Η τεχνική προσφορά περιλαμβάνει τις ενότητες Α και Β της παραγράφου 2.4.3.2. αναπτυγμένες σύμφωνα με τους όρους της διακήρυξης	ΝΑΙ		

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ V – Υπόδειγμα Βιογραφικού Σημειώματος

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ				
ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ				
Επώνυμο:		Όνομα:		
Πατρώνυμο:		Μητρώνυμο:		
Ημερομηνία Γέννησης:	//			Τόπος Γέννησης:
Τηλέφωνο:		E-mail:		
Fax:				
Διεύθυνση Κατοικίας:				
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ				
Όνομα Ιδρύματος	Τίτλος Πτυχίου	Ειδικότητα	Ημερομηνία Απόκτησης Πτυχίου	
Ξένες Γλώσσες		Επίπεδο		
ΓΕΝΙΚΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ				
Περίοδος (από - έως)	Εργοδότης		Καθήκοντα	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΧΕΤΙΚΗ ΜΕ ΤΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΟΥ ΠΑΡΟΝΤΟΣ ΕΡΓΟΥ				
A/A	Τίτλος Έργου	Φορέας υλοποίησης Έργου	Ρόλος στην Ομάδα Έργου	Απασχόληση στο Έργο Περίοδος (από - έως)
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΟΥ				
ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΦΟΡΕΑ (ΣΤΕΛΕΧΟΣ ή ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ)				

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ VI – Υπόδειγμα Οικονομικής Προσφοράς

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΟΣ:	
ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟΥ ΔΙΑΚΗΡΥΞΗΣ	.../...-11-2017
ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΔΙΑΚΗΡΥΞΗΣ	... ευρώ
Περιγραφή προσφερόμενων υπηρεσιών	Καθαρή αξία σε ευρώ
Εκτελεστικός Οργανισμός για το Πρόγραμμα: «Πρώθηση της φέτας ΠΟΠ “ Feta PDO. Let’s get real!” στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά»	Ολογράφως
	Αριθμητικά
Φ.Π.Α. 24%	
Σύνολο οικονομικής προσφοράς σε ευρώ (συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α.)	

Η προσφορά ισχύει από την υποβολή της και για διάστημα έως και έξι μήνες από την επόμενη της διενέργειας του διαγωνισμού, ήτοι έως τις 23/06/2018.

Ημερομηνία:

Όνομα, επώνυμο και θέση στην επιχείρηση υπογράφοντος:

A. ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Ταχ. Δ/ση οδός -αριθμός –TK- fax
.....

Ημερομηνία έκδοσης

ΕΥΡΩ.

ΠΡΟΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΕΩΡΓΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ – «ΔΗΜΗΤΡΑ»
Δ/ΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ
ΚΟΥΡΤΙΔΟΥ 56-58 & ΝΙΡΒΑΝΑ,
Τ.Κ. 111 45, ΑΘΗΝΑ

ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ.....ΕΥΡΩ

Έχουμε την τιμή να σας γνωρίσουμε ότι, εγγυώμεθα με την παρούσα Εγγυητική Επιστολή, ανέκκλητα και ανεπιφύλακτα, παραιτούμενοι του δικαιώματος της διζήσεως μέχρι του ποσού τωνΕΥΡΩ (και ολογράφως).....υπέρ της Εταιρείαςδ/ση.....Τ.Κ....., για τη συμμετοχή της στο διενεργούμενο Διαγωνισμό της Υπηρεσίας σας, για την ανάθεση υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της Φέτας ΠΟΠ στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά, σύμφωνα με την υπ. αριθμ. .../...-...-2017 Διακήρυξή σας.

- Η παρούσα εγγύηση καλύπτει μόνο τις από τη συμμετοχή στον ανωτέρω διαγωνισμό απορρέουσες υποχρεώσεις της εν λόγω Εταιρείας καθ' όλο τον χρόνο ισχύος της.
- Το παραπάνω ποσό τηρούμε στη διάθεσή σας και θα καταβληθεί ολικά ή μερικά χωρίς καμία από μέρος μας αντίρρηση ή ένσταση και χωρίς να ερευνηθεί το βάσιμο ή μη της απαίτησης μέσα σε τρεις (3) ημέρες από απλή έγγραφη ειδοποίησή σας.
- Σε περίπτωση κατάπτωσης της εγγύησης το ποσό της κατάπτωσης υπόκειται στο εκάστοτε ισχύον τέλος χαρτοσήμου.
- Αποδεχόμαστε να παρατείνουμε την ισχύ της εγγύησης ύστερα από απλό έγγραφο της Υπηρεσίας σας με την προϋπόθεση ότι το σχετικό αίτημα σας θα μας υποβληθεί πριν από την ημερομηνία λήξης της.
- Η παρούσα ισχύει μέχρι και την

(ΣΗΜΕΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ

Ο χρόνος ισχύος πρέπει να είναι μεγαλύτερος ένα (1) μήνα του χρόνου ισχύος της προσφοράς, όπως σχετικά αναφέρεται στη Διακήρυξη).

Βεβαιούται υπεύθυνα ότι το ποσό των εγγυητικών μας επιστολών που έχουν δοθεί στο Δημόσιο και ΝΠΔΔ, συνυπολογίζοντας και το ποσό της παρούσας, δεν υπερβαίνει το όριο των εγγυήσεων που έχει καθορισθεί από το Υπουργείο Οικονομικών για την Τράπεζά μας.

B. ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΚΑΛΗΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ

Ταχ. Δ/νση οδός -αριθμός –TK- fax

Ημερομηνία έκδοσης

ΕΥΡΩ.

.....

ΠΡΟΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΕΩΡΓΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ – «ΔΗΜΗΤΡΑ»

Δ/ΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ

ΚΟΥΡΤΙΔΟΥ 56-58 & ΝΙΡΒΑΝΑ,

Τ.Κ. 111 45, ΑΘΗΝΑ

ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΚΑΛΗΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ....ΕΥΡΩ

Έχουμε την τιμή να σας γνωρίσουμε ότι, εγγυώμεθα με την παρούσα Εγγυητική Επιστολή, ανέκκλητα και ανεπιφύλακτα, παραιτούμενοι του δικαιώματος της διζήσεως μέχρι του ποσού των ΕΥΡΩ (και ολογράφως).....υπέρ της Εταιρείας.....
.....δ/νση.....Τ.Κ....., για την καλή εκτέλεση της υπ' αριθμ.
.....Σύμβασης που υπέγραψε μαζί σας, για την ανάθεση υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της Φέτας ΠΟΠ στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά, σύμφωνα με την υπ. αριθ. πρωτ. .../...-...-2017 Διακήρυξή σας.

- Η παρούσα εγγύηση καλύπτει μόνο, τις από την παραπάνω αιτία απορρέουσες υποχρεώσεις της Αναδόχου Εταιρείας, καθ' όλο το χρόνο ισχύος της.
- Το παραπάνω ποσό τηρούμε στη διάθεσή σας και θα καταβληθεί ολικά ή μερικά, χωρίς να ερευνηθεί το βάσιμο ή μη της απαίτησης ή αν είναι νόμιμη η απαίτηση, μέσα σε τρεις (3) ημέρες, ύστερα από έγγραφη ειδοποίησή σας
- Σε περίπτωση κατάπτωσης της εγγύησης, το ποσό της κατάπτωσης υπόκειται στο εκάστοτε ισχύον πάγιο τέλος χαρτοσήμου.
- Η παρούσα εγγύησή μας, αφορά μόνο την παραπάνω αιτία και ισχύει μέχρι την επιστροφή της σε εμάς, οπότε γίνεται αυτοδίκαια άκυρη και δεν έχει απέναντί μας καμία ισχύ.
- Η παρούσα ισχύει μέχρι και την

(ΣΗΜΕΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ):

Βεβαιούται υπεύθυνα ότι το ποσό των εγγυητικών μας επιστολών, που έχουν δοθεί στο Δημόσιο και τα Ν.Π.Δ.Δ., συνυπολογίζοντας και το ποσό της παρούσας, δεν υπερβαίνει το όριο των εγγυήσεων, που έχει καθορισθεί από το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών για την Τράπεζά μας.

Γ. ΣΧΕΔΙΟ ΕΓΓΥΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΟΛΗΣ ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗΣ

Ταχ. Δ/νση οδός -αριθμός –TK- fax
.....

Ημερομηνία έκδοσης

ΕΥΡΩ.

ΠΡΟΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΓΕΩΡΓΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ – «ΔΗΜΗΤΡΑ»

Δ/ΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ

ΚΟΥΡΤΙΔΟΥ 56-58 & ΝΙΡΒΑΝΑ,

Τ.Κ. 111 45, ΑΘΗΝΑ

ΕΓΓΥΗΤΙΚΗ ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗΣ ΥΠ' ΑΡΙΘΜ....ΕΥΡΩ

Έχουμε την τιμή να σας γνωρίσουμε ότι, εγγυώμεθα με την παρούσα Εγγυητική Επιστολή, ανέκκλητα και ανεπιφύλακτα, παραιτούμενοι του δικαιώματος της διζήσεως μέχρι του ποσού των ΕΥΡΩ (και ολογράφως).....υπέρ της Εταιρείας.....
.....δ/νση.....Τ.Κ....., για τη λήψη προκαταβολής για τη χορήγηση του ...% επί του ποσού των ... ευρώ για την εκτέλεση της υπ' αριθμ. Σύμβασης που υπέγραψε μαζί σας, για την ανάθεση υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της Φέτας ΠΟΠ στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά, σύμφωνα με την υπ. αριθ. πρωτ. .../...-...-2017 Διακήρυξή σας.

- Η παρούσα εγγύηση καλύπτει μόνο, τις από την παραπάνω αιτία απορρέουσες υποχρεώσεις της Αναδόχου Εταιρείας, καθ' όλο το χρόνο ισχύος της.
- Το παραπάνω ποσό τηρούμε στη διάθεσή σας και θα καταβληθεί ολικά ή μερικά, χωρίς να ερευνηθεί το βάσιμο ή μη της απαίτησης ή αν είναι νόμιμη η απαίτηση, μέσα σε τρεις (3) ημέρες, ύστερα από έγγραφη ειδοποίησή σας
- Σε περίπτωση κατάπτωσης της εγγύησης, το ποσό της κατάπτωσης υπόκειται στο εκάστοτε ισχύον πάγιο τέλος χαρτοσήμου.
- Η παρούσα εγγύησή μας, αφορά μόνο την παραπάνω αιτία και ισχύει μέχρι την επιστροφή της σε εμάς, οπότε γίνεται αυτοδίκαια άκυρη και δεν έχει απέναντί μας καμία ισχύ.
- Η παρούσα ισχύει μέχρι και την

(ΣΗΜΕΙΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ):

Βεβαιούται υπεύθυνα ότι το ποσό των εγγυητικών μας επιστολών, που έχουν δοθεί στο Δημόσιο και τα Ν.Π.Δ.Δ., συνυπολογίζοντας και το ποσό της παρούσας, δεν υπερβαίνει το όριο των εγγυήσεων, που έχει καθορισθεί από το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών για την Τράπεζά μας.

ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
(ανάθεση μετά από διενέργεια διαγωνισμού)

Στην Αθήνα σήμερα, .../.../201... οι κατωτέρω συμβαλλόμενοι,

Αφενός

1. Το νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου με την επωνυμία «Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός – ΔΗΜΗΤΡΑ» το οποίο εδρεύει στην οδό Κουρτίδου 56-58 και Νιρβάνα, 11145, Αθήνα, με ΑΦΜ 997604027, ΔΟΥ Γαλατσίου και εκπροσωπείται νόμιμα για την υπογραφή του παρόντος Συμφωνητικού από τον Πρόεδρο του ΔΣ Δρ. Γεώργιο Καρέτσο, σύμφωνα με το άρθρο 4, παράγραφος 5α), της υπ' αριθμ. 188763/10-10-2011 Κοινής Υπουργικής Απόφασης (ΦΕΚ Β 2284/13.10.2011) και την υπ' αριθμ. 8865/112514/16.10.2015 απόφαση του Υπουργού Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΦΕΚ 739 ΥΟΔΔ/20.10.2015), καλούμενο στο εξής για συντομία «ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ»

και αφετέρου

2. Η επιχείρηση(επωνυμία)..... με Α.Φ.Μ. – Δ.Ο.Υ., η οποία εδρεύει στην οδό αρ. ..., ...(περιοχή)... και εκπροσωπείται νομίμως από τ... κ. ...(όνομα)... ...(επώνυμο)... με Αρ. Δελτίου Ταυτότητας, σύμφωνα με το καταστατικό της εταιρείας, καλούμενης στο εξής για συντομία «Ανάδοχος»

έχοντας υπ' όψιν την υπ' αριθ. πρωτ. .../...-...-2017 Απόφαση ... του ΕΛΓΟ – ΔΗΜΗΤΡΑ συμφώνησαν και συναποδέχτηκαν τα ακόλουθα:

ΑΡΘΡΟ 1: ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ

Ο πρώτος από τους συμβαλλόμενους, «ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ», αναθέτει στη δεύτερη των συμβαλλομένων, «Ανάδοχο», τις υπηρεσίες υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της Φέτας ΠΟΠ στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά, σύμφωνα με τις τεχνικές προδιαγραφές της υπ' αριθ. πρωτ. .../...-11-2017 Διακήρυξης.

ΤΡΟΠΟΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ – ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ

Οι συμβατικές υποχρεώσεις της Αναδόχου και ο τρόπος εκτέλεσης των υπηρεσιών αναλυτικά αναφέρονται στο συνημμένο παράρτημα και στην προσφορά του Αναδόχου (τεχνική και οικονομική), τα οποία αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της παρούσης.

ΑΡΘΡΟ 2: ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η διάρκεια της σύμβασης ορίζεται για χρονικό διάστημα 36 μηνών, χωρίς δικαίωμα παράτασης.

ΣΥΜΒΑΤΙΚΟ ΤΙΜΗΜΑ

Το συνολικό τίμημα για την εκτέλεση των αναφερομένων στο Άρθρο 1 της παρούσης υπηρεσιών, ορίζεται στο ποσό των €, συμπεριλαμβανομένου του αναλογούντος Φ.Π.Α. και αναλύεται όπως παρακάτω:

καθαρό ποσό€

πλέον Φ.Π.Α. ...%,€

Συνολικό ποσό με ΦΠΑ:€

Το ανωτέρω τίμημα είναι σταθερό και δεν αναπροσαρμόζεται ούτε αυξάνεται για οποιοδήποτε λόγο και αιτία.

Για την εκτέλεση της παρούσας σύμβασης έχει εκδοθεί η υπ' αριθ. πρωτ. .../...-11-2017 Απόφαση Ανάληψης Υποχρέωσης για τα έτη 2018, 2019 και 2020 ύψους ... € (ΑΔΑ: ... / ΑΔΑΜ 17REQ00...).

ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ – ΦΟΡΟΣ

Η δαπάνη των υπηρεσιών αξιολόγησης αποτελεσμάτων των δράσεων προώθησης της Φέτας ΠΟΠ στις αγορές των ΗΠΑ και του Καναδά θα βαρύνει τις πιστώσεις του τακτικού προϋπολογισμού του Ελληνικού Γεωργικού Οργανισμού – «ΔΗΜΗΤΡΑ».

Η καθαρή αξία (χωρίς το Φ.Π.Α.) της παρούσας σύμβασης υπόκειται σε:

- κράτηση ύψους 0,06% υπέρ της Ενιαίας Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Συμβάσεων (Ε.Α.Α.ΔΗ.ΣΥ.),
- κράτηση ύψους 0,06% υπέρ της Αρχής Εξέτασης Προδικαστικών Προσφυγών (Α.Ε.Π.Π.),
- κράτηση ύψους 0,02% υπέρ του Δημοσίου, για λογαριασμό της Γενικής Διεύθυνσης Δημοσίων Συμβάσεων και Προμηθειών.

Οι υπέρ τρίτων κρατήσεις υπόκεινται στο εκάστοτε ισχύον αναλογικό τέλος χαρτοσήμου 3% και στην επ' αυτού εισφορά υπέρ ΟΓΑ 20%.

Κατά την εξόφληση των υπηρεσιών θα παρακρατηθεί φόρος 8% επί της καθαρής αξίας (χωρίς το Φ.Π.Α.), σύμφωνα με το άρθρο 24 του Ν. 2198/94.

ΑΡΘΡΟ 4: ΠΛΗΡΩΜΗ

Για την πληρωμή του αναδόχου απαιτούνται τα εξής δικαιολογητικά:

α) Πρωτόκολλο οριστικής ποσοτικής και ποιοτικής παραλαβής από την αρμόδια Ειδική Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του Έργου (ΕΠΠΕ) για τις συμβάσεις της υπ' αριθ. πρωτ. .../...-...-2017 Διακήρυξης.

β) Παραστατικό του αναδόχου.

γ) Εξοφλητική απόδειξη του αναδόχου, εάν το παραστατικό δεν φέρει την ένδειξη «Εξοφλήθηκε».

δ) Πιστοποιητικά Φορολογικής Ενημερότητας και Ασφαλιστικής Ενημερότητας.

Η ταμειακή υπηρεσία του Οργανισμού μπορεί να ζητήσει και οποιοδήποτε άλλο δικαιολογητικό, προβλέπεται από την κείμενη νομοθεσία.

Η πληρωμή θα πραγματοποιείται σε ευρώ (€) και σε χρόνο προσδιοριζόμενο από την αναγκαία διοικητική διαδικασία για την έκδοση των σχετικών χρηματικών ενταλμάτων. Ο Ανάδοχος θα επιβαρύνεται με τις κρατήσεις που προβλέπονται στην παράγραφο 5.1.2της Διακήρυξης.

ΑΡΘΡΟ 5: ΕΓΓΥΗΣΗ ΚΑΛΗΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ

Ο Ανάδοχος κατέθεσε ως εγγύηση καλής εκτέλεσης των όρων της παρούσας σύμβασης την με αριθμό: και ημερομηνία έκδοσης εγγυητική επιστολή της, ποσού€ που αντιστοιχεί στο 5% του συνολικού συμβατικού τιμήματος, χωρίς το Φ.Π.Α.

Η εγγυητική επιστολή θα επιστραφεί στο δικαιούχο με τη λήξη της σύμβασης, και την εκκαθάριση του συνόλου των τυχόν απαιτήσεων από τους συμβαλλομένους.

ΑΡΘΡΟ 6: ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΑΝΑΔΟΧΟΥ

- Ο Ανάδοχος αναλαμβάνει την υποχρέωση και έχει την πλήρη ευθύνη έναντι της Αναθέτουσας Αρχής να υλοποιήσει και να παραδώσει το έργο, σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα της παρούσας, εκτελώντας όλες τις επιμέρους εργασίες που αυτό περιλαμβάνει.
- Καθ' όλη τη διάρκεια εκτέλεσης του Έργου, ο Ανάδοχος πρέπει να συνεργάζεται με την Αναθέτουσα Αρχή και την ΕΠΠΕ, υποχρεούται δε να λαμβάνει υπόψη του οποιοσδήποτε παρατηρήσεις τους σχετικά με την εκτέλεση του Έργου.
- Ο Ανάδοχος θα είναι πλήρως και αποκλειστικά μόνος υπεύθυνος για την τήρηση της ισχύουσας νομοθεσίας σε σχέση με οποιαδήποτε εργασία εκτελείται από μέλη της Ομάδας Έργου των εξωτερικών συνεργατών και των υπεργολάβων, που θα ασχοληθούν ή θα παράσχουν οποιοσδήποτε υπηρεσίες σε σχέση με την παρούσα Σύμβαση. Σε περίπτωση οποιασδήποτε παράβασης ή ζημίας που προκληθεί σε τρίτους υποχρεούται μόνος αυτός προς αποκατάστασή της.
- Ο Ανάδοχος θα πρέπει να εγγυάται για τη διάθεση του αναφερομένου στην Προσφορά του, επιστημονικού και λοιπού προσωπικού, καθώς επίσης και των εξωτερικών συνεργατών και των υπεργολάβων, που θα διαθέτουν την απαιτούμενη εμπειρία, τεχνογνωσία και ικανότητα, ώστε να ανταποκριθούν πλήρως στις απαιτήσεις της Σύμβασης, υπόσχεται δε και βεβαιώνει ότι θα επιδεικνύουν πνεύμα συνεργασίας κατά τις επαφές τους με τις αρμόδιες υπηρεσίες και τα στελέχη της Αναθέτουσας

Αρχής. Σε αντίθετη περίπτωση, η Αναθέτουσα Αρχή δύναται να ζητήσει την αντικατάσταση μέλους της Ομάδας Έργου του Αναδόχου, οπότε ο Ανάδοχος οφείλει να προβεί σε αντικατάσταση με άλλο πρόσωπο, ανάλογης εμπειρίας και προσόντων. Αντικατάσταση μέλους της Ομάδας Έργου του Αναδόχου, κατόπιν αιτήματός του, κατά τη διάρκεια της εκτέλεσης του Έργου, δύναται να γίνει μετά από έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής και μόνο με άλλο πρόσωπο αντιστοίχων προσόντων ή εμπειρίας. Ο Ανάδοχος υποχρεούται να ειδοποιήσει την Αναθέτουσα Αρχή εγγράφως, τουλάχιστον δεκαπέντε (15) ημερολογιακές ημέρες πριν από την αντικατάσταση.

- Ο Ανάδοχος είναι αποκλειστικά και πλήρως υπεύθυνος για πράξεις ή παραλείψεις του προσωπικού/εξωτερικών συνεργατών/υπεργολάβων που θα απασχολήσει για την εκτέλεση του έργου και οφείλει να ενεργεί με επιμέλεια και φροντίδα, ώστε να εμποδίζει πράξεις ή παραλείψεις, που θα μπορούσαν να έχουν αποτέλεσμα αντίθετο με το συμφέρον της Αναθέτουσας αρχής.
- Σε περίπτωση ανωτέρας βίας, η απόδειξη αυτής βαρύνει εξ' ολοκλήρου τον Ανάδοχο, ο οποίος υποχρεούται μέσα σε είκοσι (20) εργάσιμες μέρες από την ημερομηνία που συνέβησαν τα περιστατικά που συνιστούν την ανωτέρα βία να τα αναφέρει εγγράφως και να προσκομίσει στην Αναθέτουσα αρχή τα απαραίτητα αποδεικτικά στοιχεία.
- Ο Ανάδοχος υποχρεούται να τηρεί τις διατάξεις του Ν. 2472/1997 (και 3471/2006 για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες), όσον αφορά τη συλλογή και την επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
- Η Αναθέτουσα Αρχή απαλλάσσεται από κάθε ευθύνη και υποχρέωση από τυχόν ατύχημα ή από κάθε άλλη αιτία κατά την εκτέλεση του Έργου.
- Σε περίπτωση που ο Ανάδοχος είναι Ένωση/ Κοινοπραξία, τα Μέλη που αποτελούν την Ένωση/ Κοινοπραξία, θα είναι αλληλεγγύως και εις ολόκληρον υπεύθυνα έναντι της Αναθέτουσας Αρχής για την εκπλήρωση όλων των απορρεουσών από τη Διακήρυξη υποχρεώσεών τους. Τυχόν υφιστάμενες μεταξύ τους συμφωνίες περί κατανομής των ευθυνών τους έχουν ισχύ μόνον στις εσωτερικές τους σχέσεις και σε καμία περίπτωση δεν δύναται να προβληθούν έναντι της Αναθέτουσας Αρχής ως λόγος απαλλαγής του ενός Μέλους από τις ευθύνες και τις υποχρεώσεις του άλλου ή των άλλων Μελών για την ολοκλήρωση του Έργου.
- Σε περίπτωση που ο Ανάδοχος είναι Ένωση/Κοινοπραξία και κατά τη διάρκεια της εκτέλεσης της Σύμβασης, οποιαδήποτε από τα Μέλη της Ένωσης/Κοινοπραξίας, εξαιτίας ανικανότητας για οποιοδήποτε λόγο ή λόγω ανωτέρας βίας, δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του, τα υπόλοιπα Μέλη συνεχίζουν να έχουν την ευθύνη ολοκλήρωσης της Σύμβασης με τους ίδιους όρους και το ίδιο συμβατικό τμήμα.
- Σε περίπτωση λύσης, πτώχευσης, ή θέσης σε καθεστώς αναγκαστικής διαχείρισης ή εκκαθάρισης ενός εκ των μελών της ένωσης που απαρτίζουν τον Ανάδοχο, η Σύμβαση εξακολουθεί να υφίσταται και οι απορρέουσες από τη Σύμβαση υποχρεώσεις βαρύνουν τα αλληλεγγύως εναπομείναντα μέλη του Αναδόχου, μόνο εφόσον αυτά είναι σε θέση να τις εκπληρώσουν. Η κρίση για τη δυνατότητα εκπλήρωσης ή μη των όρων της Σύμβασης εναπόκειται στη διακριτική ευχέρεια του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ. Σε αντίθετη περίπτωση, η Αναθέτουσα Αρχή δύναται να κηρύξει τον ανάδοχο έκπτωτο.
- Ο Ανάδοχος υποχρεούται να τηρεί τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις διατάξεις της περιβαλλοντικής, κοινωνικοασφαλιστικής και εργατικής νομοθεσίας που έχουν θεσπισθεί με το δίκαιο της Ένωσης, το εθνικό δίκαιο, συλλογικές συμβάσεις ή διεθνείς διατάξεις περιβαλλοντικού, κοινωνικού και εργατικού δικαίου, σύμφωνα με τα οριζόμενα στο άρθρο 18 του ν.4412/2016.
- Όλο το υλικό που θα παραχθεί για το έργο θα παραδοθεί στην Αναθέτουσα Αρχή από τον Ανάδοχο.
- Το σύνολο των συμβατικών Παραδοτέων, που θα εκπονηθούν στο πλαίσιο της παρούσας από τον Ανάδοχο, αποτελούν ταυτόχρονα πνευματική ιδιοκτησία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Αναθέτουσας Αρχής.
- Τα πνευματικά και συγγενικά δικαιώματα του Αναδόχου ρητώς εκχωρούνται στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την Αναθέτουσα Αρχή χωρίς την καταβολή πρόσθετης αμοιβής πέραν της προβλεπόμενης στη παρούσα σύμβαση. Η Ευρωπαϊκή Ένωση και η Αναθέτουσα Αρχή θα έχουν τα αποκλειστικά δικαιώματα όλων των υλικών, εντύπων και ηλεκτρονικών και λοιπών παραδοτέων του Αναδόχου, ενώ ο Ανάδοχος δεν μπορεί να τα χρησιμοποιεί, εκτός του πλαισίου της παρούσας Σύμβασης και της υπ' αυτής υλοποίησης του Έργου, χωρίς την έγκριση της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της Αναθέτουσας Αρχής.

ΑΡΘΡΟ 7: ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΡΓΟΔΟΤΗ

Ο ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ οφείλει να παρέχει στον Ανάδοχο το πληροφοριακό υλικό που διαθέτει και θεωρεί χρήσιμο για την υλοποίηση του έργου.

ΑΡΘΡΟ 8: ΚΗΡΥΞΗ ΤΟΥ ΑΝΑΔΟΧΟΥ ΕΚΠΤΩΤΟΥ - ΚΥΡΩΣΕΙΣ

Σε περίπτωση που ο Ανάδοχος δεν εκπληρώνει τις συμβατικές του υποχρεώσεις κηρύσσεται έκπτωτος, με απόφαση του αρμοδίου οργάνου και επιβάλλονται αθροιστικά ή διαζευκτικά οι προβλεπόμενες από το άρθρο 203 του Ν. 4412/2016 προβλεπόμενες κυρώσεις.

Εξαιρούνται οι περιπτώσεις:

α. Υπαιτιότητας του ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ.

β. Ανωτέρας βίας, που η απόδειξη αυτής βαρύνει τον Ανάδοχο.

Ο Ανάδοχος υποχρεούται μέσα σε είκοσι (20) ημέρες από τότε που συνέβησαν τα περιστατικά που συνιστούν την ανωτέρα βία να αναφέρει εγγράφως αυτά και να προσκομίσει στον ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ τα απαραίτητα αποδεικτικά στοιχεία.

Η διαπίστωση της καλής εκτέλεσης της παρούσας σύμβασης θα γίνεται από την Επιτροπή Παρακολούθησης και Παραλαβής του Έργου (ΕΠΠΕ) που έχει οριστεί με την υπ' αριθμ. πρωτ. .../...-...-2017 Απόφαση ... (ΑΔΑ: ...ΟΕ3Μ-...) και σύμφωνα με όσα ορίζονται στην παράγραφο 6.3 της Διακήρυξης.. Σχετικά πρωτόκολλα θα συντάσσονται σύμφωνα με όσα ορίζονται στο Ν. 4412/2016.

ΑΡΘΡΟ 9: ΕΚΧΩΡΗΣΗ - ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

Η παρούσα σύμβαση και τα απορρέοντα από αυτήν δικαιώματα και υποχρεώσεις των συμβαλλομένων δεν μπορούν να εκχωρηθούν ή να μεταβιβαστούν σε τρίτους, καθ' οιοδήποτε τρόπο, χωρίς την έγκριση της Αναθέτουσας Αρχής.

ΑΡΘΡΟ 10: ΤΡΟΠΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Ο ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ χωρίς να αλλάξει το αντικείμενο της Σύμβασης μπορεί σε συμφωνία με τον παρέχοντα υπηρεσίες, να τροποποιήσει μέρος των υπηρεσιών που παρέχονται και που είναι αναγκαίες για την ολοκλήρωση του έργου.

ΑΡΘΡΟ 11: ΛΟΙΠΟΙ ΟΡΟΙ

Συνομολογείται ότι κατά τα λοιπά ισχύει η προσφορά του Αναδόχου (Παράρτημα), η οποία επισυνάπτεται στην παρούσα και αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της.

Ο Ανάδοχος, ως προς την παρούσα διακήρυξη και τη σύμβαση που θα υπογραφεί υπάγεται στην αρμοδιότητα των δικαστηρίων των Αθηνών.

Σε περίπτωση ανωτέρας βίας, η απόδειξη αυτής βαρύνει εξ ολοκλήρου τον Ανάδοχο.

Ο Ανάδοχος θα φέρει τις απορρέουσες ευθύνες (αστικές-διοικητικές) για το προσωπικό το οποίο απασχολεί.

Για τα θέματα που δεν ρυθμίζονται με την παρούσα, έχουν εφαρμογή οι διατάξεις του ν. 4412/2016 όπως ισχύει.

Διαφωνίες ή εν γένει διαφορές που τυχόν προκύψουν από την ερμηνεία των όρων της παρούσας σύμβασης καθώς κι από τη διεπόμενη από την παρούσα σύμβαση σχέση, διέπονται από το Ελληνικό Δίκαιο και αρμόδια για την επίλυσή τους θα είναι τα δικαστήρια των Αθηνών.

Τα παραπάνω συμφώνησαν, συνολόγησαν και συναποδέχθηκαν τα συμβαλλόμενα μέρη και προς απόδειξή τους συντάχθηκε η παρούσα σύμβαση, η οποία αναγνώσθηκε και υπογράφηκε από όλους τους συμβαλλόμενους σε τρία (3) αντίτυπα και κάθε συμβαλλόμενος έλαβε από ένα (1) όμοιο.

ΟΙ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ

ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΓΟ - ΔΗΜΗΤΡΑ

ΓΙΑ ΤΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΥΜΒΑΛΛΟΜΕΝΟ

ΔΡ. ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΑΡΕΤΣΟΣ

.....

Πρόεδρος Δ.Σ.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1. Τεύχος Διακήρυξης
2. Τεχνική και Οικονομική Προσφορά Αναδόχου