

RICHIESTA DI OFFERTA PER UN “OFFICIAL COFFEE PARTNER” DI EXPO 2015

1. Introduzione all'Expo Milano 2015

L'Esposizione Universale Expo Milano 2015, “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita” rappresenta un evento in ambito educativo e scientifico di portata mondiale che si prefigge di esplorare le sfide e le soluzioni collegate alla nutrizione e allo sviluppo sostenibile. Si tratta del più grande evento planetario mai organizzato volto a unire paesi, istituzioni e cittadini di tutto il mondo al fine di discutere le tematiche relative alla sicurezza e disponibilità degli alimenti, alla nutrizione e alla cultura del cibo.

I principali obiettivi di Expo Milano 2015 sono:

- **stimolare e guidare la discussione** a livello mondiale sulle sfide e sulle innovazioni correlate alla nutrizione, alla produzione, alla disponibilità e alla distribuzione del cibo;
- **facilitare la cooperazione** e l'interconnessione tra i soggetti coinvolti e le istituzioni;
- **creare una piattaforma mondiale** per le innovazioni e le best practices nell'ambito della nutrizione, della salute, del benessere, della sostenibilità e della tecnologia.

Expo Milano 2015 è un evento della durata di 6 mesi che avrà luogo in Italia, a Milano, dal 1 maggio al 31 ottobre 2015. Nel corso di questo periodo è prevista la partecipazione di 20 milioni di visitatori e di 130 Paesi più Organizzazioni Internazionali, Fondazioni e società civili e la realizzazione di oltre 2.000 eventi che spazieranno dai dibattiti ai congressi, dai convegni sulle politiche alimentari agli eventi culturali e gastronomici. Inoltre, tra il 2012 e il 2015, Expo Milano 2015 intende raggiungere oltre un miliardo di persone attraverso la realizzazione di un “Cyber Expo 2015” e di un programma internazionale di iniziative ed eventi. Come tale, dunque, Expo Milano 2015 non rappresenta soltanto un evento della durata di 6 mesi, che avrà luogo a Milano nel 2015, ma rappresenta una piattaforma internazionale pluriennale volta a coinvolgere globalmente la comunità internazionale nel corso dei prossimi anni fino al 2015.

Sia rispetto al tema dell'evento “Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita”, che attraverso le modalità tramite le quali verrà progettato e attuato, Expo Milano 2015 rappresenta una gamma di valori e di ideali unica e peculiare. Expo Milano 2015 è infatti un progetto complesso e ambizioso basato su tre valori fondamentali:

- **Social legacy e coinvolgimento** – partecipazione attiva della comunità globale ad una delle principali sfide che il mondo odierno deve affrontare con la finalità di lasciare un'eredità di idee e di iniziative sulle quali edificare soluzioni a lungo termine
- **Innovazione** – utilizzo delle tecnologie del futuro e di nuove modalità di pensiero non solo per aprire la strada a future soluzioni al problema della crisi alimentare globale, ma anche per creare nel visitatore un'esperienza unica supportata dall'uso di tecnologie e servizi di ultima generazione e all'avanguardia (Smart City)
- **Sostenibilità** – attuazione dei principi di sostenibilità nell'ambito della progettazione, della realizzazione e della gestione dell'Evento al fine di ridurre al minimo l'impatto ambientale, consentire al visitatore di vivere un'esperienza sostenibile e rappresentare un esempio per gli eventi futuri.

2. Il tema di Expo Milano 2015

“E' possibile assicurare a tutta l'umanità un'alimentazione buona, sana, sufficiente e sostenibile?” E' con questa domanda che si apre la sfida dell'Esposizione Universale di Milano 2015: è solo l'uomo, artefice fin qui di uno straordinario percorso d'evoluzione e intervento sulla natura, che può darvi risposta.

È un dato biologico che la più basilare sfida dell'uomo alla vita sia quella di nutrire se stesso, per garantire la continuità della propria esistenza e cercare di fare tutto il possibile per garantire la sopravvivenza della specie. Eppure un qualunque prospetto che illustri la disponibilità futura per l'uomo di risorse alimentari sembra dimostrare che questi obiettivi fondamentali sono messi a rischio dalle stesse abitudini e comportamenti umani. Per raggiungerli è necessario che l'uomo provi a capire come, oltre a nutrire se stesso, possa contemporaneamente nutrire il pianeta, ovvero il suo stesso elemento di nutrizione.

Dedicata all'alimentazione nei suoi multiformi aspetti sociali, antropologici, scientifici, ambientali ed economici, Expo Milano 2015 ha scelto di declinare il proprio Tema secondo una matrice articolata in tre macro-settori:

'Scientifico-tecnologico', di cui fanno parte tutte le riflessioni scientifiche, i processi produttivi, le politiche pubbliche, le regole che normano la sicurezza alimentare e la qualità degli alimenti per uno sviluppo equilibrato e sostenibile degli individui, dei sistemi di produzione agricolo-forestale, dell'allevamento, delle risorse marine, delle filiere produttive.

'Socio-culturale', di cui fanno parte tutte le declinazioni scientifiche, divulgative e didattiche connesse all'educazione a un'alimentazione corretta e sana e finalizzate da un lato ad armonizzare la relazione rispettosa tra l'individuo e il suo ambiente mediante un equo accesso alle risorse, dall'altro lato a favorire l'incontro tra le identità culturali e sociali dei popoli e le differenti tradizioni alimentari viste come una forma di patrimonio culturale immateriale legato alla lingua, alle arti e ai mestieri tradizionali.

'Cooperazione per lo sviluppo', che comprende le declinazioni dei metodi e degli strumenti della cooperazione finalizzate a ridurre la fame, la malnutrizione, gli squilibri sociali legati all'accesso al cibo, nonché ogni programma finalizzato a veicolare investimenti per ottenere risultati efficaci nello sviluppo delle aree rurali povere e in quelle urbane dei Paesi in via di Sviluppo.

Sostenibilità di Expo Milano 2015

La sostenibilità è un valore fondamentale di Expo Milano 2015. Attorno al tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita", Expo Milano 2015 si propone di affrontare temi importanti riguardanti lo sviluppo sostenibile, facendo della sostenibilità dell'Evento non solo un obiettivo, ma una parte dell'Evento stesso. La sostenibilità giocherà dunque un ruolo fondamentale nell'Evento e avrà bisogno del supporto di tutti gli Stakeholder (Paesi, Organizzazioni, Partner, Fornitori e Visitatori) per assicurare i più alti standard ambientali e di responsabilità sociale attraverso tutte le fasi del progetto Expo Milano 2015.

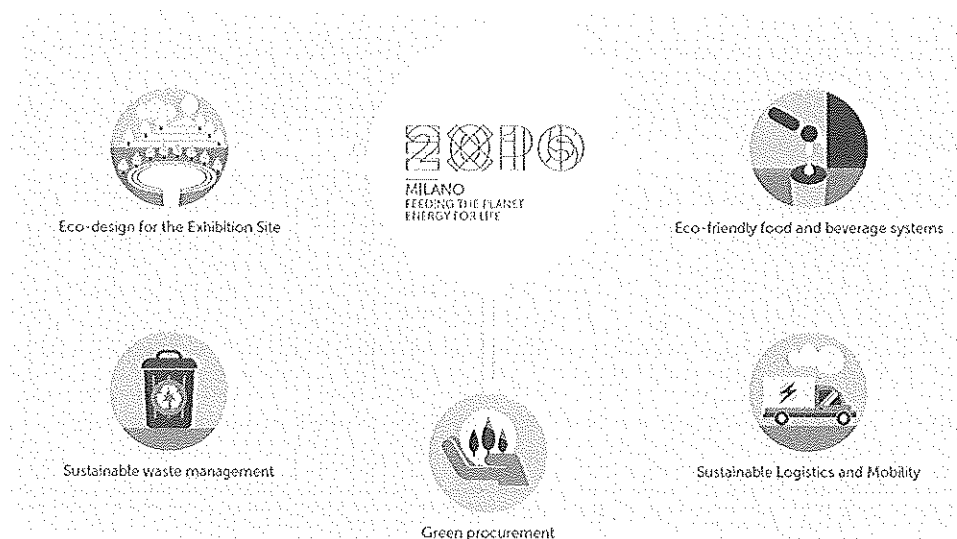


Figura 1. Sostenibilità di Expo Milano 2015

Gli obiettivi principali di sostenibilità di Expo Milano 2015 sono:

- Promuovere l'uso di servizi/prodotti a basso impatto ambientale e ridurre l'impatto ambientale lungo tutta la supply chain
- Minimizzare il consumo di energia e promuovere l'uso di energia rinnovabile
- Massimizzare la raccolta differenziata e il riciclo dei rifiuti e promuovere un utilizzo efficiente dell'acqua
- Diffondere e condividere la consapevolezza sulle soluzioni sostenibili e le best-practices.

La sostenibilità può essere raggiunta solo attraverso un'azione globale e coordinata, supportata dall'adozione di sistemi di gestione integrata che guideranno l'intero ciclo di vita di Expo Milano 2015, dalla fase realizzativa fino alla gestione e chiusura dell'Evento. Questo sistema si rifarà ai seguenti standard: Eco Management e Audit Scheme, Occupational Health and Safety Assessment Series 18001, Social Accountability 8000 e Green Procurement.

In aggiunta, Expo 2015 S.p.A. (di seguito definita "Expo 2015") preparerà e pubblicherà un report sulla sostenibilità che sarà parte integrante della politica di comunicazione.

3. Il sito espositivo

Il Masterplan

Il Sito espositivo è situato a Nord-Ovest di Milano, in prossimità del Polo Fieristico di Rho-Pero di Fiera Milano e si estenderà approssimativamente su una superficie di circa 1 milione di metri quadrati.

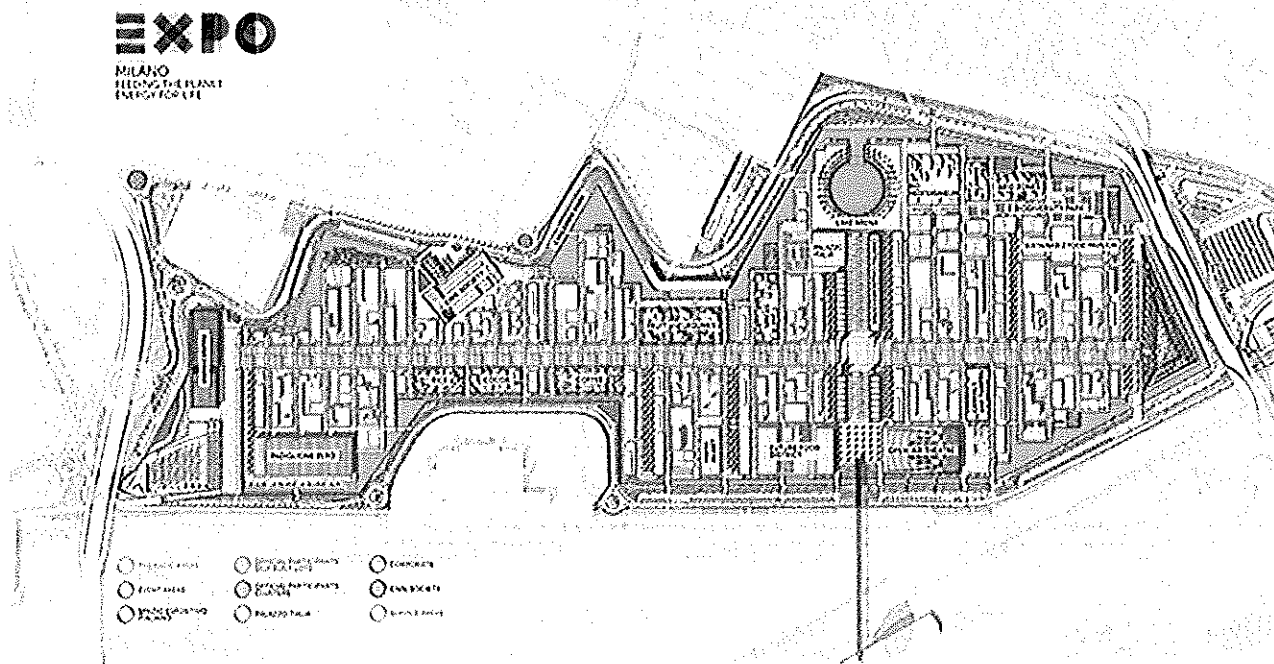


Figura 2. Masterplan di Expo Milano 2015

L'area espositiva è stata progettata come un unico paesaggio – un'isola circondata da un canale d'acqua – strutturata intorno a due assi perpendicolari di forte valore simbolico: il Decumano e il Cardo, elementi ordinatori delle antiche città romane. Il Sito, concepito come un'area espositiva all'aperto, è caratterizzato dall'abbondanza di zone verdi che occuperanno una superficie di oltre 280.000 metri quadrati.

Ciascun Paese Partecipante sarà invitato ad esprimere la propria personale interpretazione del tema di Expo Milano 2015 sui lotti allineati lungo i principali assi del Sito, il Decumano o World Avenue, mentre l'area espositiva assegnata all'Italia e alle sue Regioni, Province e Comuni sarà disposta lungo il Cardo. Una spaziosa piazza di oltre 4.000 metri quadrati, posta all'intersezione tra i due assi principali, rappresenterà simbolicamente il punto di incontro tra l'Italia e il Mondo.

Il Sito dell'Esposizione includerà, inoltre, aree e spazi dedicati ad eventi e spettacoli, compresa una Lake Arena in grado di ospitare fino a 21.000 persone, un Teatro all'aperto con una capacità di quasi 8.500 spettatori e un Expo Center che includerà un auditorium, un'area per rappresentazioni all'aperto, un centro multimediale e spazi per la supervisione ed il controllo del Sito.

Nel Sito saranno infine presenti cinque Aree Tematiche che, collocate in punti strategici del Sito stesso, costituiranno i luoghi dove viene sviluppato il fil rouge dell'Evento e fungeranno da collante dell'esperienza del visitatore e degli stessi Partecipanti, affinché siano comprensibili i confini entro i quali si muoverà l'approfondimento sui contenuti del Tema. A questi spazi va soprattutto ad aggiungersi, come vero e proprio collante fisico, sistema nervoso dell'Expo, il paesaggio complessivo, che sarà il grande motivo tematizzante dell'Expo, in grado di declinare gli argomenti dell'Esposizione sin dal primo ingresso del visitatore nel Sito Espositivo.

La ristorazione e i servizi per i visitatori saranno organizzati in diverse Aree di Servizio e comprenderanno servizi igienici, negozi, banche e punti di informazione.

I Clusters

L'idea di Expo Milano 2015 è quella di creare un'Esposizione in cui ogni progetto, ogni contenuto, ogni elemento del palinsesto sia sviluppato con l'obiettivo di mettere al centro l'esperienza del visitatore; e, inoltre, di fare in modo che il Tema sia ovunque percepibile, rendendo possibile per il visitatore farne esperienza fin dal suo primo ingresso nel Sito Espositivo, attraverso una molteplicità d'interazioni con il paesaggio e con ogni elemento dell'offerta espositiva.

Questa è la base del modello di partecipazione del Cluster, una formula di partecipazione innovativa – presentata in occasione del primo International Participants Meeting e nella quale trova massima espressione la collaborazione tra Organizzatore e Partecipanti nello sviluppo del Tema e nella sua rappresentazione all'interno del Sito Espositivo.

Tradizionalmente, i Paesi che partecipano alle Esposizioni senza allestire un proprio padiglione Self Built sono raggruppati dall'Organizzatore all'interno di strutture comuni, i cosiddetti Joint Pavilion. Ma poiché l'idea che guida l'intera progettazione di Expo Milano 2015 è di tradurre il Tema trasversalmente, in ogni aspetto dell'offerta espositiva, l'Organizzatore ha deciso di applicare questo principio anche ai Paesi, evitando di raggrupparli in base a criteri geografici, ma piuttosto raccogliendoli intorno a un criterio tematico. Ancora una volta, la portata innovativa di Expo Milano 2015 passa attraverso la centralità del Tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita".

Pur mantenendo alcuni elementi strategici delle Esposizioni precedenti, grazie ai quali i Paesi hanno potuto partecipare nel rispetto della propria sensibilità e portando il proprio contributo originale, Expo Milano 2015 introduce una novità significativa rispetto alla tipologia e alla qualità degli spazi espositivi, nonché rispetto al posizionamento all'interno del Sito Espositivo.

L'Organizzatore ha pianificato la partecipazione nei Cluster sulla base di due criteri fondamentali, che guidano i raggruppamenti dei Paesi:

- **Identità Tematica:** i Cluster che rientrano in questo filone raggruppano i Paesi intorno alla particolare interpretazione che intendono sviluppare del Tema o ad alcuni suoi specifici aspetti.
- **Filiere Alimentari:** fanno parte di questa categoria i Cluster che riuniscono i Paesi in base al ruolo chiave che questi ricoprono all'interno di una specifica filiera produttiva.

I temi dei Cluster sono stati definiti attraverso un importante processo di collaborazione con gli stessi Paesi partecipanti, attraverso un lavoro intenso di confronto continuo con i Paesi e grazie alla collaborazione della Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Milano per lo sviluppo dei contenuti. L'Organizzatore ha dunque scelto di adottare un approccio collaborativo allo sviluppo del progetto Cluster, coinvolgendo direttamente i Paesi nell'elaborazione dei temi e invitandoli a sottoporre nuove proposte: una modalità di lavoro che ha favorito lo scambio di idee.

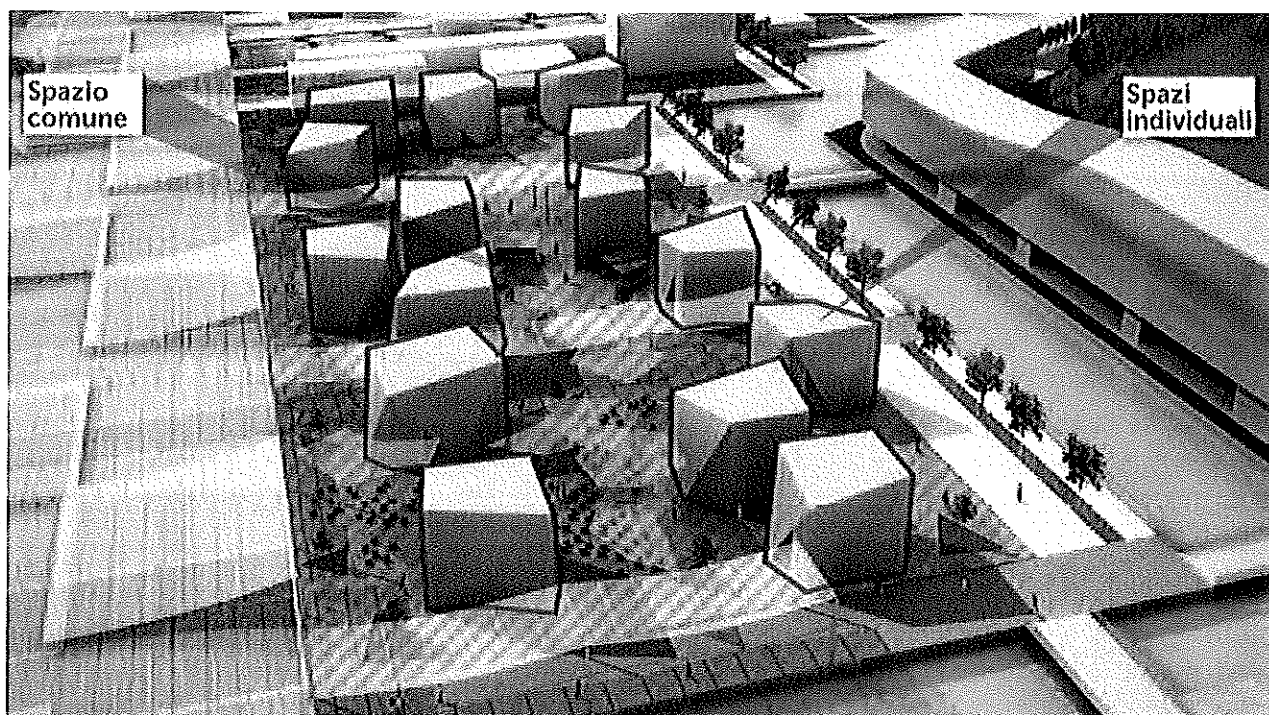


Figura 3. Render di un progetto del Cluster

Il modello architettonico dei Cluster prevede spazi espositivi individuali dedicati ai singoli Paesi organizzati intorno a un'area comune. I Paesi interessati a partecipare a un Cluster lavoreranno insieme all'Organizzatore per sviluppare la parte comune, all'interno della quale condivideranno spazi e iniziative con gli altri Partecipanti, ma allo stesso tempo vedranno garantita la propria identità e potranno rappresentarla al meglio in uno spazio espositivo dedicato.

Questa soluzione garantisce ai Paesi che parteciperanno ai Cluster molteplici opportunità di valorizzare le proprie eccellenze:

- rappresentando la propria interpretazione del Tema;
- sviluppando il proprio contributo al tema del Cluster;
- valorizzando la propria peculiare identità all'interno dello spazio espositivo individuale.

Pur nel rispetto di questa impostazione comune, ogni Cluster sarà caratterizzato da un progetto architettonico distintivo e da un'area comune multifunzionale che saprà integrare in maniera originale una molteplicità di funzioni: offerta ristorativa, attività commerciali, eventi e offerta espositiva.

L'area comune rappresenterà il cuore del Cluster e costituisce forse l'elemento più innovativo del progetto, in quanto promuove un approccio pervasivo al Tema, valorizza la partecipazione dei Paesi e rende possibile la collaborazione tra i Paesi.

Ciascuno dei Cluster è collocato in una posizione di grande visibilità: quelli che declinano le Identità Tematiche sono stati collocati, unici nell'Expo, all'interno del grande Parco della Biodiversità, un'Area Tematica dalla forte caratterizzazione nel complesso del sistema dell'Esposizione; i Cluster che raccontano le Filiere Alimentari affacciano invece tutti sul Decumano, con una collocazione distribuita alternata ai Self Built.

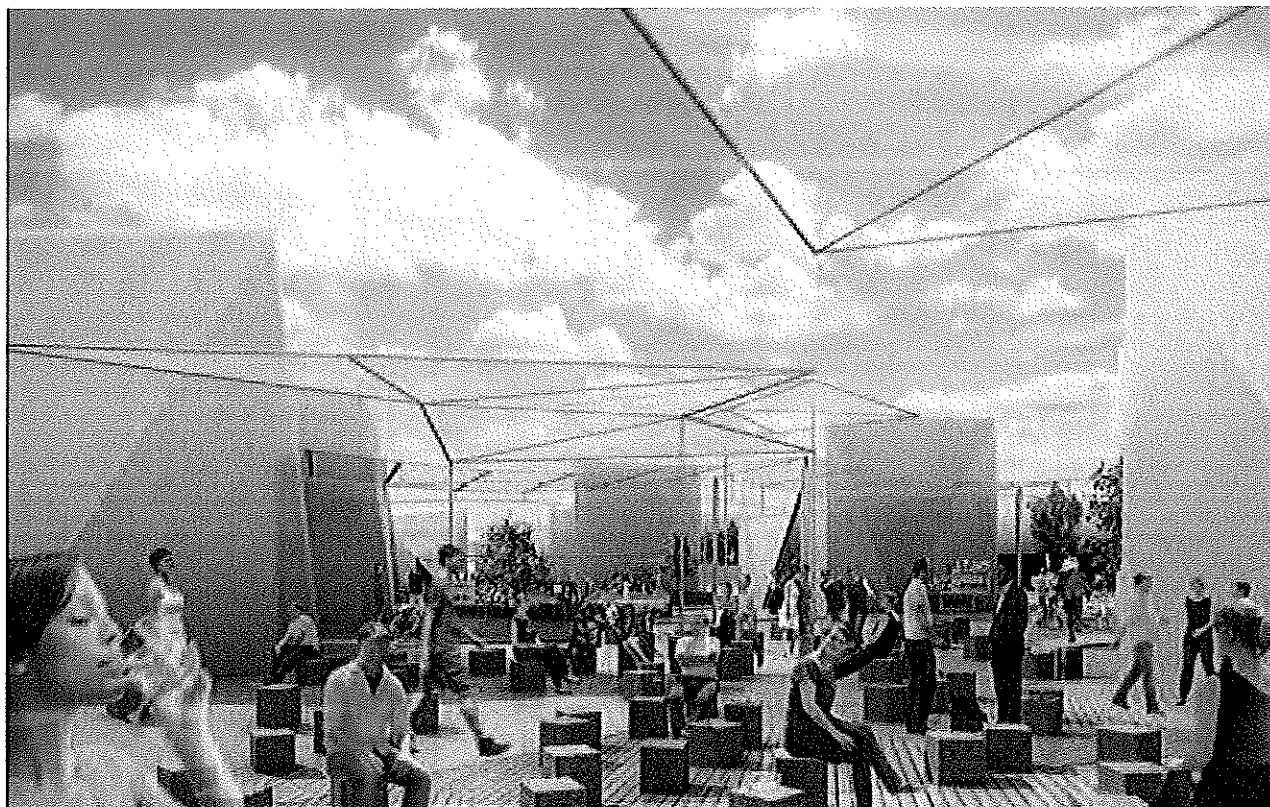


Figura 4. Render di un'ipotesi di area comune del Cluster

Infine, ogni Cluster rappresenterà la tappa iniziale dell'omonimo Itinerario Tematico; in questo modo altri Paesi che parteciperanno con un Padiglione Self Built ma che fossero interessati al tema del Cluster, potranno dare il proprio contributo allo sviluppo del tema ed essere a loro volta inclusi tra le tappe dell'itinerario, valorizzando ulteriormente i Cluster come strumento di declinazione del Tema. In quest'ottica, il posizionamento dei Paesi all'interno del Sito Espositivo sarà determinato dall'interpretazione del Tema che ogni Partecipante vorrà sviluppare, tenendo conto in particolare della costruzione degli Itinerari Tematici e della collaborazione con i Cluster.

Il progetto Cluster, grazie al dialogo continuo che intrattiene con numerosi elementi del Sito Espositivo, dagli Itinerari ai Self-Built, dalle Aree Tematiche alle Best Practices, si configura come elemento chiave di questa Esposizione intesa anche come piattaforma per il confronto: il modello Cluster invita i Paesi al dialogo tra culture e tradizioni anche lontane, per condividere possibili soluzioni alle sfide comuni dell'agricoltura, della nutrizione, del benessere e dello sviluppo sostenibile. Proprio in questo consiste la grande forza del Tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita", tema rispetto al quale nessuno può sottrarsi: ogni singolo individuo, ogni nucleo familiare, ogni cultura, ogni Nazione ha il proprio contributo da offrire.

Smart City

Su scala mondiale si prevede che, entro il 2050, 3,3 miliardi di persone in più vivranno in aree urbane piuttosto che in zone rurali, le città sono quindi il punto focale delle strategie economiche e politiche del nuovo millennio. Le città utilizzano infatti il 75% dell'energia mondiale e producono l'80% delle emissioni di CO2 con un impatto economico e ambientale rilevante in termini di consumi e di consumo di risorse vitali. L'urbanizzazione attesa esporrà sempre più le

realtà urbane a dinamiche dannose come il sovraffollamento, la congestione, l'inadeguatezza dei trasporti pubblici, la riduzione dello spazio riservato ad altre funzioni pubbliche e il deterioramento delle infrastrutture esistenti.

Lo scopo delle Smart City è quello di trovare nuovi modi di affrontare questa urbanizzazione in rapida crescita, attraverso l'utilizzo di tecnologie informatiche intelligenti applicate a infrastrutture e servizi come assistenza sanitaria, istruzione, gestione immobiliare, trasporti, utilities, amministrazione della città e sicurezza pubblica.

Expo 2015 mira a realizzare e rendere funzionale il Sito espositivo con l'obiettivo di sviluppare un modello di Smart City del futuro che sia in grado di migliorare l'esperienza dei visitatori, favorire la scoperta del tema e lasciare un'eredità di soluzioni e di sistemi innovativi per le città del futuro.

La Smart City di Expo Milano 2015 è progettata per essere sostenibile, interessante, sicura, digitale ed efficiente. La realizzazione e la gestione della Smart City di Expo 2015 richiederà numerose soluzioni sostenibili e di alto livello: dalla gestione dell'energia integrata ai sistemi di ricarica per la mobilità elettrica sostenibile e la logistica, dai servizi di gestione delle code ai servizi avanzati per i visitatori come i servizi medici e sanitari online. Inoltre, i servizi tecnologici devono essere integrati con una rete di telecomunicazioni all'avanguardia al fine di garantire un'erogazione snella degli stessi e una connettività rapida e sicura all'interno del Sito.

Cyber Expo 2015

Con l'intento di raggiungere e coinvolgere la comunità globale, Expo 2015 realizzerà un "Cyber Expo 2015" che replicherà il Sito espositivo tramite un ambiente virtuale interattivo accessibile da ovunque e da chiunque nel mondo. Attraverso "Cyber Expo 2015", Expo 2015 intende coinvolgere e raggiungere oltre 1 miliardo di persone in tutto il mondo.

"Cyber Expo 2015" promuoverà la visita da remoto dei padiglioni tematici di Expo Milano 2015 e creerà la "cyber memory" di Expo Milano 2015: l'ambiente virtuale digitale "Cyber Expo 2015" offrirà ai "visitatori virtuali" vari modi per partecipare e visitare il Sito, scoprire il tema ed interagire con visitatori fisici, altri visitatori virtuali, utenti esterni e web communities.

Per attrarre e ingaggiare gli utenti sarà sviluppato un elevato numero di soluzioni tecnologiche e punti di contatto innovativi e rivoluzionari: l'ambiente virtuale sarà reso disponibile all'interno dell'architettura del portale web di Expo Milano 2015 e dell'applicazione mobile Expo Milano 2015 per smartphone, altri punti di contatto saranno rappresentati da totem/display interattivi e box televisione/TV.

4. Opportunità di Partnership aziendale

Expo Milano 2015 rappresenta un'opportunità di crescita strategica per le aziende in una vasta gamma di settori, dalla realizzazione del Sito e dei servizi espositivi, allo sviluppo del tema e dei contenuti. Expo 2015 vuole collaborare insieme alle aziende leader di tutto il mondo che potranno proporre esperienze e idee ispiratrici per il futuro del nostro pianeta.

Expo 2015 garantisce un'opportunità di visibilità, unica nel suo genere, alle aziende con cui opererà in partnership al fine di dimostrare la loro leadership e sviluppare vantaggi competitivi nei rispettivi settori di competenza. La partnership con Expo 2015 consentirà all'azienda di consolidare la propria reputazione e il proprio posizionamento competitivo, facendo leva sulla piattaforma internazionale pluriennale di Expo 2015 e sulla visibilità offerta dall'Evento universale del 2015 per catturare l'attenzione delle Istituzioni, del mondo politico e dei consumatori di tutto il mondo.

L'approccio e il modello di partnership mirano a facilitare l'innovazione attraverso una collaborazione attiva tra i diversi Partner. In tal modo, essi avranno la possibilità non solo di assumere un ruolo di leadership nel proprio settore di pertinenza, ma anche di realizzare alleanze strategiche e cogliere opportunità commerciali in settori correlati.

In questo contesto, Expo 2015 sta ricercando e selezionando "l'Official Coffee Partner", in grado di fornire le risorse, le tecnologie e le competenze relative al proprio settore al fine della realizzazione complessiva di Expo Milano 2015.

5. Perimetro della Partnership

Le aziende che desiderano candidarsi in qualità di Partner del caffè di Expo 2015 dovranno inviare la migliore offerta tecnica ed economica in relazione al seguente perimetro di servizi e soluzioni:

1. Concept dell'allestimento dell'area comune e commerciale del Cluster del Caffè, e del bar (chiosco) all'interno del Sito Espositivo.
2. Strategia e Proposta sui servizi di assortimento e vendita dello spazio commerciale (food & Beverage Area) all'interno del Cluster e del bar (chiosco)
3. Supporto alla gestione nel cluster del caffè e supervisione del palinsesto delle attività che si svolgeranno nell'area comune.

Ai fini della valutazione dell'offerta, è obbligatorio presentare un'offerta tecnica ed economica con riferimento a tutti e 2 i servizi sopraindicati.

5.1 Vision dell'area comune da un punto di vista di supporto ai contenuti tematici e proposta di un concept per l'area commerciale (food & Beverage Area) del Cluster del Caffè e del Bar (chiosco) all'interno del Sito Espositivo

Premessa

C'era una volta un medico di nome Sheik Omar che a causa di un diverbio con il governatore fu espulso dalla sua città natale di Mokka, nello Yemen. Viaggiando per la penisola araba, un giorno fece bollire alcuni fagioli di colore rosso raccolti da un cespuglio. Sorpreso per l'effetto eccitante della bevanda, iniziò ad utilizzarlo come medicinale per i suoi pazienti e diventò così famoso che il governatore lo invitò a ritornare nella sua città.

La popolarità della bevanda di colore nero si diffuse rapidamente per l'Europa e, in seguito allo storico 'Boston Tea Party' nel 1773, i coloni americani abbandonarono il the in favore del caffè.

Nel corso della storia, sono stati aperti Caffè dove le persone possono incontrarsi, parlare, scambiarsi opinioni e discutere di temi dei loro tempi.

"Nessuno può capire la verità fino a quando non scopre la bontà del caffè" (Sheik Abd-al-Kadir)

Il Caffè è oggi una delle bevande più importanti del mondo. È inoltre una fonte di reddito e sviluppo in molti Paesi del mondo. Molti Paesi hanno messo la coltura del caffè nei loro piani di sviluppo agricolo. La maggior parte del caffè in commercio può essere Coffea arabica o Coffea canephora conosciuti più semplicemente con i nomi di Arabica e Robusta. I chicchi della varietà Arabica sono coltivati nell'America Latina, nell'Africa Orientale, in Arabia e Asia. Quella Robusta cresce invece nell'Africa occidentale e centrale, nell'Asia sud orientale e in una certa misura anche in Brasile. I chicchi di caffè coltivati in regioni diverse vengono di solito classificati in base al sapore, l'aroma e il grado di acidità. Queste caratteristiche non dipendono solo dalla regione di coltivazione, ma anche dalla sottospecie genetica (varietali) e dal processo di produzione. Le varietali sono generalmente conosciute con il nome della regione in cui sono state coltivate, ad esempio caffè colombiano, Java and Kona.

Il caffè è coltivato principalmente per farne una bevanda, ma i residui vegetali possono essere utilizzati come combustibile e concime naturale. Una volta maturi, i chicchi di caffè vengono raccolti e essiccati. Dopo vengono tostati a diverse temperature a seconda del gusto desiderato. Infine i chicchi tostati vengono macinati e miscelati. In origine, il

caffè era coltivato all'ombra delle piante che diventavano l'habitat ideale per animali e insetti. Questo metodo è chiamato "coltivazione tradizionale all'ombra". A partire dagli anni Settanta, molti agricoltori passarono al "metodo crescita al sole" secondo il quale le piante di caffè vengono coltivate in fila in pieno sole. Questo accelera la maturazione delle bacche intensificando la produzione.

Dopo il petrolio, il caffè è il secondo prodotto più esportato al mondo.

Dettagli del Cluster del Caffè

Il Cluster del caffè è situato e affaccia sull'asse principale del sito espositivo, il Decumano, e occuperà un'area di 4.435 metri quadrati.

Questi 4.435 metri quadrati sono così distribuiti:

- circa 1,300 m² adibiti per spazi espositivi

L'area comune all'interno di un Cluster è uno spazio destinato a funzioni di diverso genere volte a rendere innovativa e accattivante la partecipazione dei Paesi che decidono di aderire al progetto. All'interno del Cluster potrà esserci un'area dedicata ad una mostra (che si avvale di tecnologie e installazioni innovative), un'area dedicata a gli eventi culturali e di intrattenimento, e un'area destinata ad attività commerciali. Queste tre funzioni danno luogo a tre aree distinte che tuttavia possono essere concepite nello stesso spazio. Per esempio, vi sarà la possibilità che i visitatori potranno consumare pietanze o degustare prodotti immersi nei contenuti culturali proposti dalla mostra, piuttosto che la creazione di percorsi di edutainment dove educazione ed intrattenimento avverranno simultaneamente.

- circa 1.300 m² adibiti a spazi espositivi comuni

Area Eventi

L'area eventi sarà uno spazio che potrà essere utilizzata per:

- Eventi/dibattiti/performance organizzati dai Paesi
- Eventi/dibattiti/performance organizzati da Expo 2015 SpA e suoi partner
- Eventi/dibattiti/performance organizzati dal Partner del Cluster
- Eventi/dibattiti/performance organizzati da altri Partecipanti Ufficiali e non Ufficiali
- Area relax (es. proiezioni video, area relax) in mancanza di eventi per la giornata

Area Mostra

L'area mostra sarà uno spazio dedicato all'approfondimento dei contenuti legati al tema del Cluster.

L'allestimento e la progettazione di quest'area sono in capo all'Organizzatore. La mostra è concepita come uno degli elementi contraddistintivi ed innovativi del progetto, e darà modo di valorizzare i contenuti forniti dai Partecipanti.

Il Partner può contribuire a supportare la progettazione/realizzazione dell'area purché la visibilità dei Paesi, attraverso l'apporto di contenuti per la mostra, venga garantita.

- Tramite i gruppi di lavoro dei Cluster l'Organizzatore faciliterà la raccolta di contenuti dei Paesi per riorganizzarli nella mostra;

- Nel caso il futuro Partner voglia contribuire in termini di contenuti all'allestimento della mostra, i contributi dei Paesi dovranno comunque essere valorizzati. Il Partner identificato non deve togliere visibilità ai Paesi che rimangono i protagonisti del Cluster.

Attività Commerciali (Area Food & Beverage)

Le attività commerciali all'interno del Cluster possono essere di diversa tipologia: mercato, caffetteria, etc. Il partner dovrà proporre il suo concept e la strategia di realizzazione / gestione tenendo in considerazione:

1. Il tema da rappresentare e le linee guida Expo 2015
 2. Gli input dei Paesi
 3. Il flusso ipotizzato dei visitatori
 4. L'intersezione di altre attività simili nel Sito espositivo
- circa 1.300 m² per il flusso visitatori
 - circa 800 m² per setbacks

Si fa presente che i sopra indicati dettagli sono da considerarsi ancora preliminary e soggetti a cambiamenti in quanto Expo 2015 SpA sta ancora definendo vari aspetti progettuali.

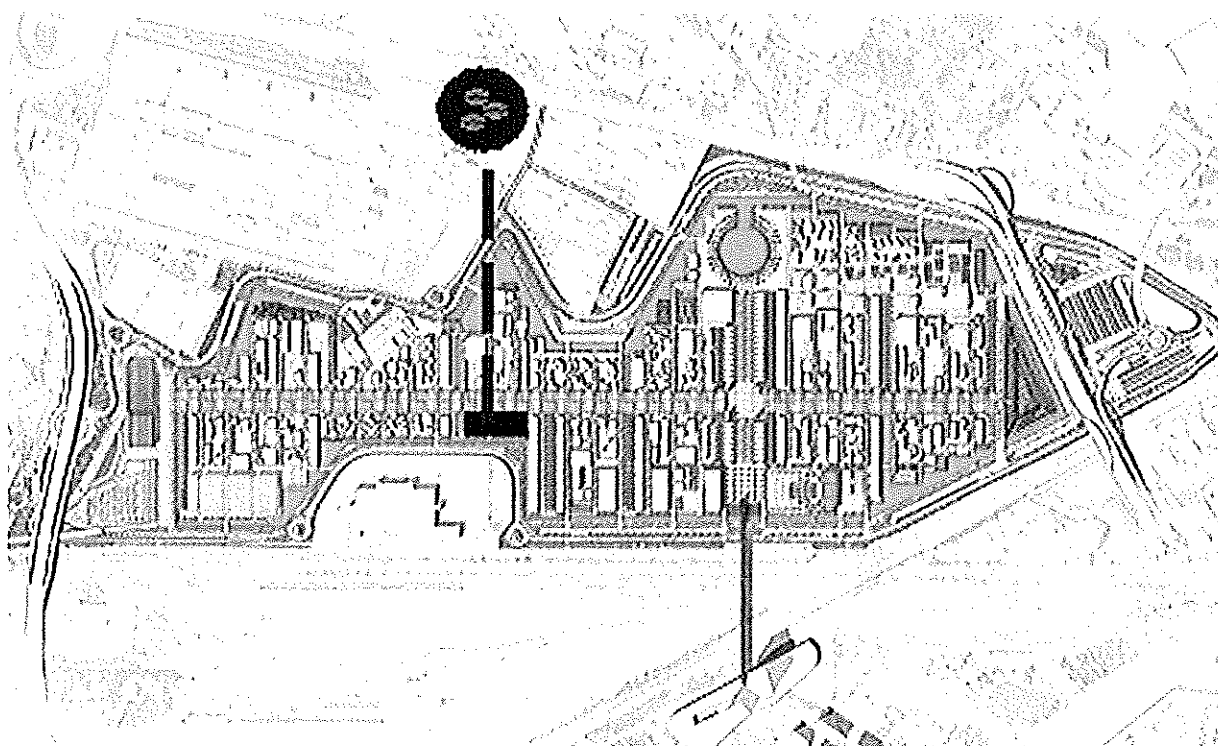


Figura 5. Posizionamento del Cluster del Caffè nel sito Expo2015

Il cluster è concepito intorno a tre grandi aree che hanno attinenza al tema del caffè dalla sua origine sino alla cultura contemporanea nel caffè nel mondo.

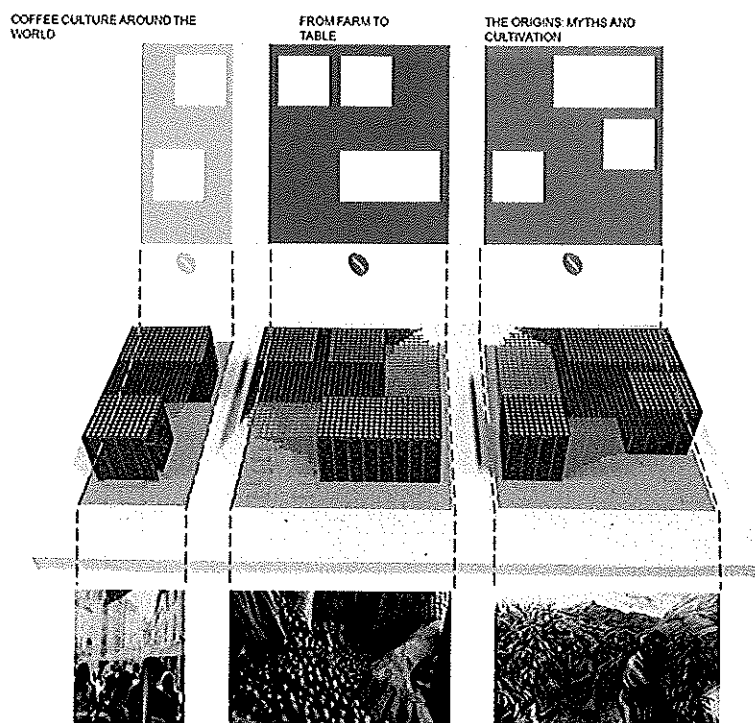


Figura 6. Schema concettuale del Cluster del Caffè progetto caffè in the forest

Dettaglio preliminare – Il concept prevede 8 unità per i partecipanti; 6 di loro occupano una superficie di 125m² su due piani e due da 250m² su due piani. L'area del cluster occupa circa 4435m² mentre l'area comune è di circa 3.100m².

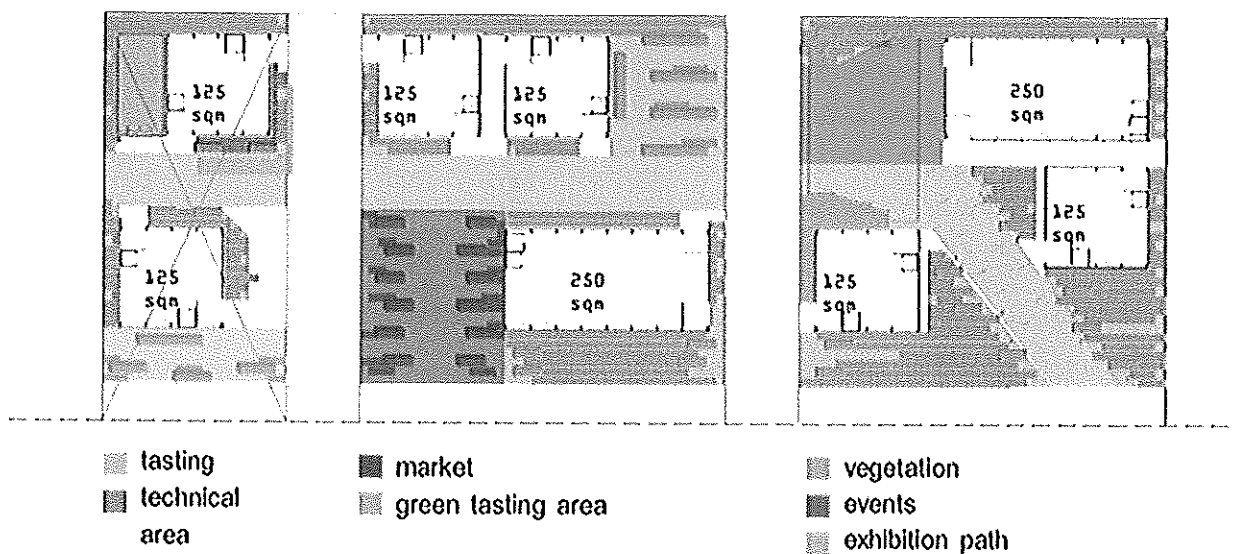
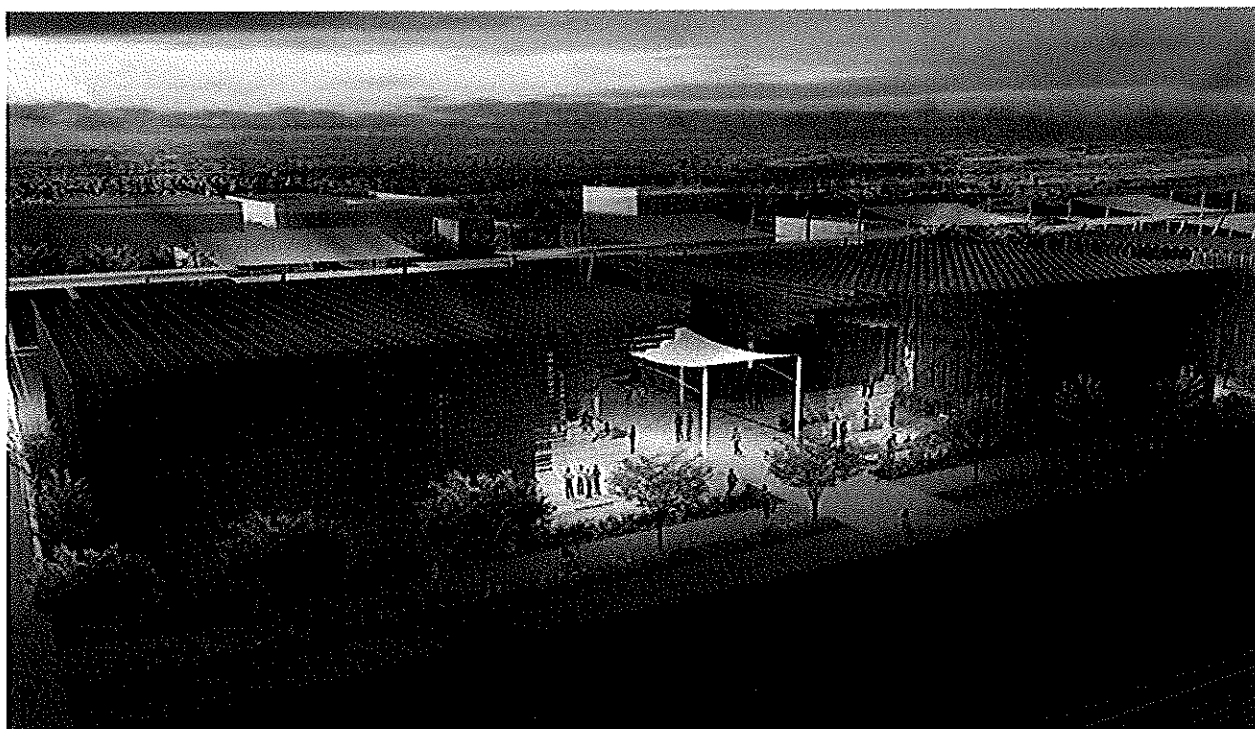
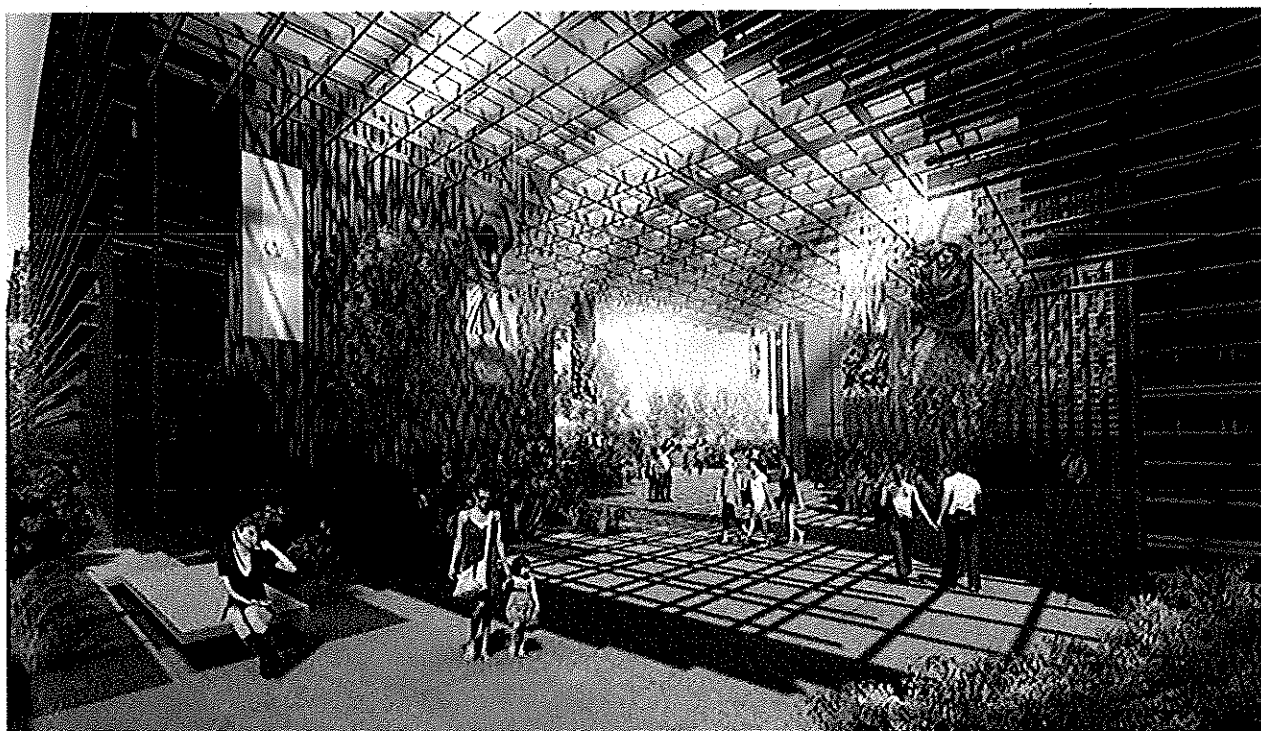


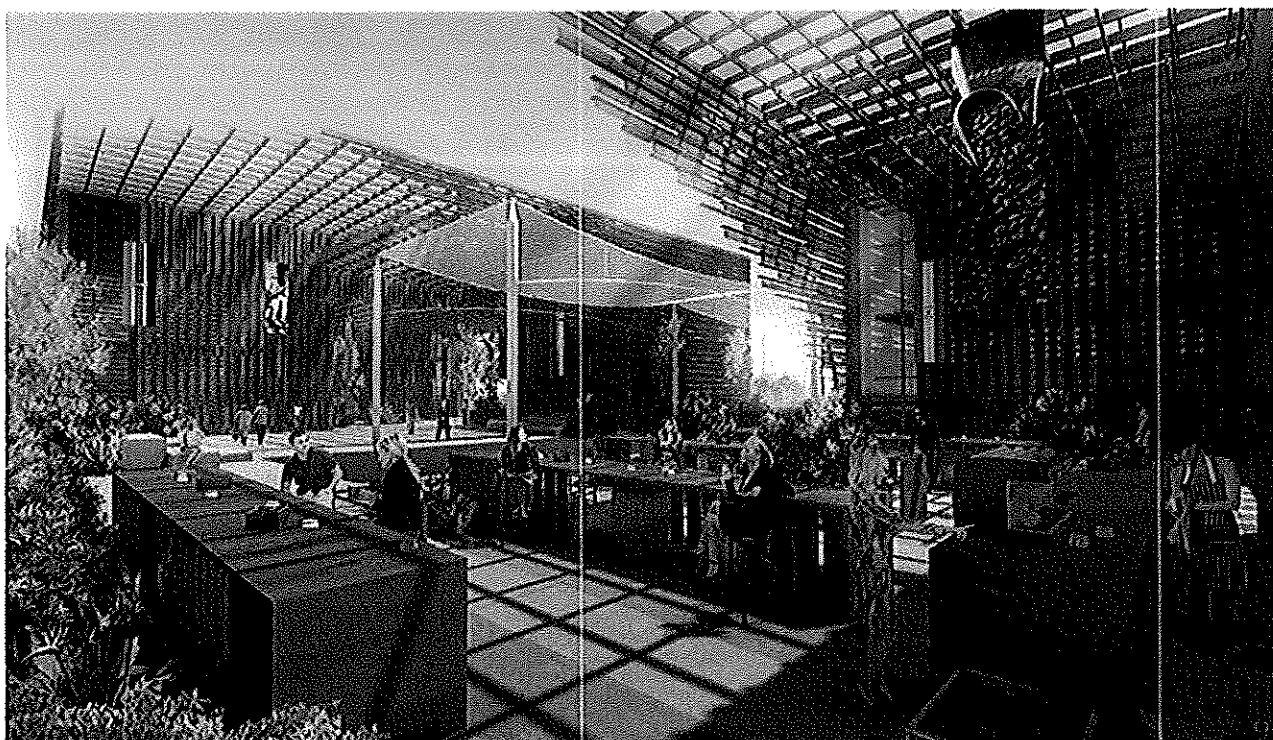
Figura 7. Suddivisione preliminare degli spazi all'interno del Cluster del Caffè Cluster del Caffè progetto caffè in the forest



Render progetto Cluster del caffè nominato coffe in the forest



Render progetto Cluster del caffè nominato coffe in the forest



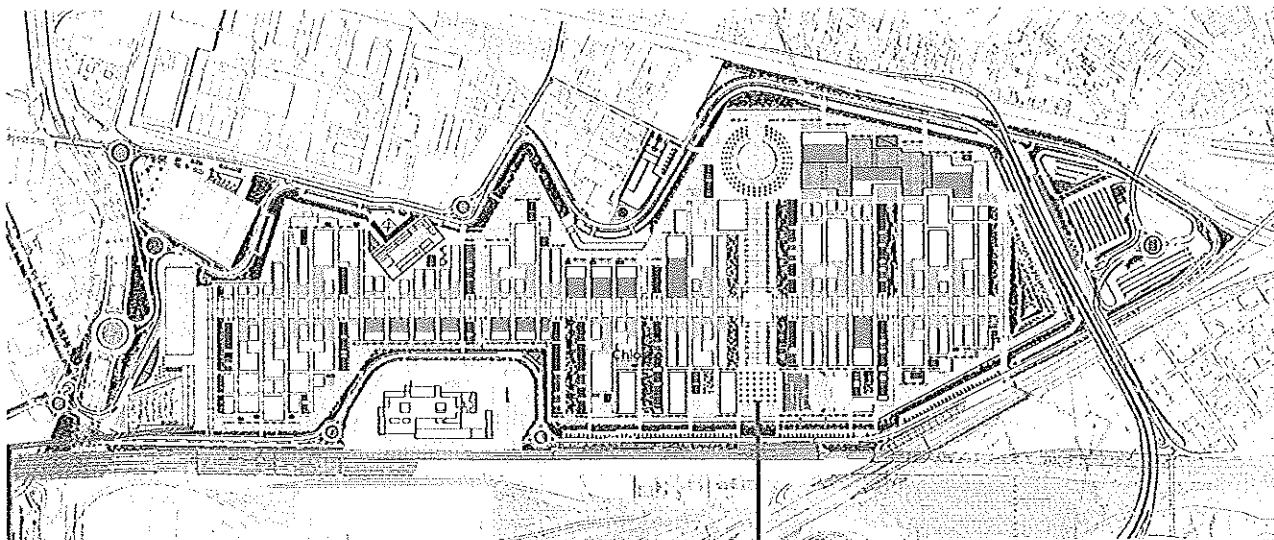
Render progetto Cluster del caffè nominato coffe in the forest

I sopra indicati dettagli ed immagini si riferiscono al progetto del cluster del caffè denominato Coffe in the forest. Tali dettagli ed immagini sono da considerarsi come un indicazione di massima in quanto il concept progettuale potrà avere delle variazioni nelle fasi successi dello sviluppo del progetto.

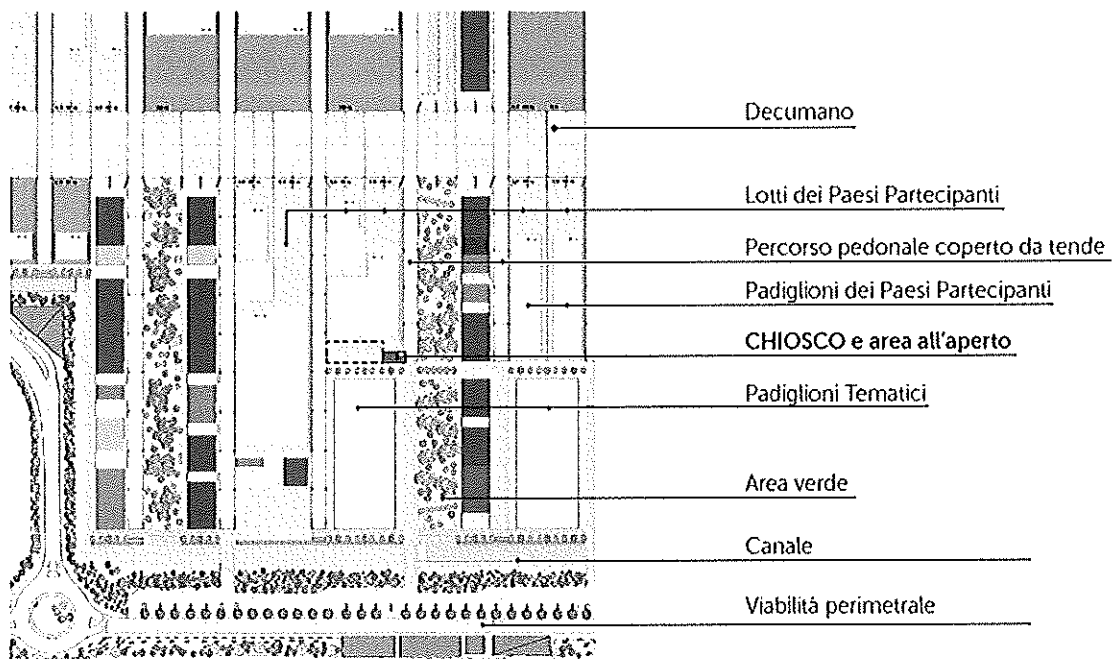
Dettagli del Bar (Chiosco)

Il Bar (Chiosco) è situato subito a nord dell'area tematica Food in Art e si affaccia in una zona molto importante e ad alta visibilità/passaggio. Le strutture e i tamponamenti sono in legno d'abete; le dimensioni sono: 78 m² di superficie di impronta a terra con un'altezza di 3.35 mt. La superficie totale fra spazi coperti ed scoperti è di circa 350 m².

Masterplan con indicata la posizione del chiosco



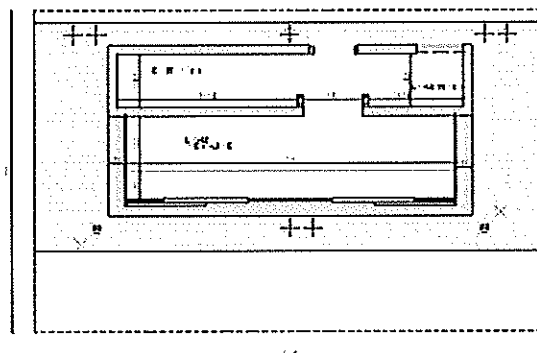
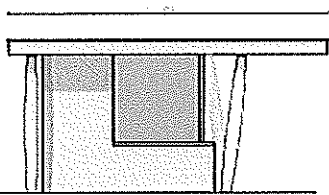
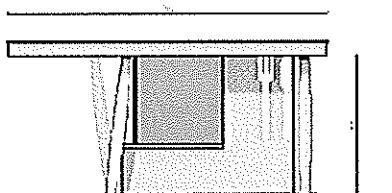
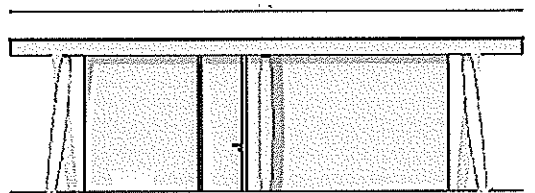
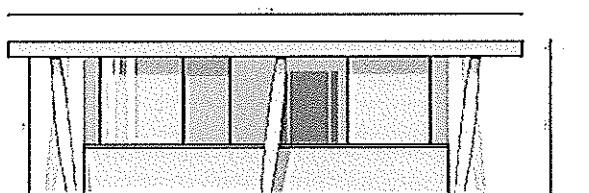
Localizzazione del chiosco con il suo contesto



LEGENDA

- Ristorazione
- Servizi igienici
- Commercio
- Informazioni

Piante e prospetti con quote



Descrizione e requisiti del servizio

In coerenza con il modello del Sito di Expo 2015, all'Official Coffee Partner" viene quindi richiesto di concorrere per proporre un progetto in termini di vision dell'area comune da un punto di vista di supporto ai contenuti tematici ed proposta di un concept progettuale per l'area commerciale (food & Beverage Area) del Cluster del Caffè e del Bar (chiosco) all'interno del Sito Espositivo. Nella proposta progettuale potrà essere indicato anche un modello di gestione delle attività nelle parti comuni del Cluster.

Expo Milano 2015 sarà responsabile del concept e del progetto del cluster del caffè.

Il Cluster del Caffè e di conseguenza le sue parti comuni dovranno rispondere alle seguenti precise finalità:

- Rappresentare un elemento di forte attrattività per i visitatori di Expo 2015 attraverso una forte comunicazione e contenuti accattivanti;
- Apportare un contributo innovativo e sostenibile;
- Creare un'esperienza coinvolgente/un sogno per i visitatori;
- Presentare dei valori e dei concetti che possano essere implementati nella realtà, in parte anche prima dell'evento, quali ad esempio :
 - Attinenza al Tema di Expo Milano 2015
 - Valorizzazione dei Paesi del Cluster e delle loro produzioni/attività locali
 - Attenzione alle tradizioni e culture dei popoli indigeni dei Paesi del Cluster
 - Sviluppo di itinerari che coinvolgano altri Paesi produttori/osservatori
 - Valorizzazione territorio italiano (itinerari nel sito e fuori sito)
 - Operare nel rispetto dei criteri di sostenibilità e innovazione tecnologica (appropriata ai Paesi)
 - Adottare e rendere visibili politiche di social responsibility

I sopra indicati dettagli si riferiscono al progetto del cluster del caffè denominato Coffe in the forest. Tali dettagli ed immagini sono da considerarsi come un indicazione di massima in quanto il concept progettuale potrà avere delle variazioni nelle fasi successi dello sviluppo del progetto che verranno condivise con il futuro partner in fase contrattuale.

Contenuti minimi dell'offerta tecnica

Con riferimento ai requisiti indicati, si richiede al soggetto candidato di sviluppare un'offerta tecnica che contenga i seguenti elementi:

- Un progetto in termini di vision dell'area Comune da un punto di vista di supporto ai contenuti tematici ed una proposta di un concept progettuale per l'area commerciale (food & Beverage Area) del Cluster del Caffè e del Bar (chiosco) all'interno del Sito Espositivo. Tale proposta dovrà indicare il concept, ed un modello di gestione.
Nella proposta potrà essere indicato anche un modello di gestione delle attività nelle parti comuni del Cluster.
- Gli strumenti e le logiche con cui ci si propone di rispondere alle finalità di cui sopra.

5.2 Strategia e Proposta sui servizi di assortimento e vendita dello spazio commerciale all'interno del Cluster e del bar (chiosco)

La realizzazione di un area commerciale (Food & Beverage) all'interno del cluster del caffè ed un bar (chiosco) all'interno del sito espositivo di Expo 2015 fornirà all'Official Coffee Partner", per l'intero periodo dell'Esposizione Universale, un canale di accesso privilegiato ad un'ampia platea di potenziali nuovi clienti (si stima, infatti, una media di circa 130.000 presenze giornaliere all'interno del sito espositivo, con oltre 200.000 persone nei giorni di maggiore affluenza, per un totale atteso di 20 milioni di visitatori) oltre alla possibilità di creare e ideare nuovi formati di vendita

in collaborazione con Expo 2015 ed i suoi stakeholders. L'Official Coffee Partner avrà inoltre l'opportunità di promuovere/vendere prodotti e servizi dei Paesi presenti all'interno del cluster del caffè.

Descrizione e requisiti del servizio

L'Official Coffee Partner potrà vendere nell'area commerciale del cluster e all'interno del bar (chiosco) prodotti food a Marchio Proprio (ove presenti) oltre che prodotti di merchandising/co-branding.

Il Partner dovrà riconoscere a Expo 2015 una royalty sul venduto all'interno dell'area commerciale del cluster e del bar (chiosco) durante il periodo dell'evento, pari al 12% del fatturato (Iva Esclusa).

Contenuti minimi dell'offerta tecnica

Con riferimento ai requisiti indicati, si richiede al soggetto candidato di articolare una proposta di massima che indichi, tra le altre cose, la strategia commerciale (assortimento e vendita) e promozionale che si intende utilizzare all'interno dell'area commerciale del cluster e del bar (chiosco) presenti sul sito dell'Esposizione Universale considerando anche l'opportunità di promuovere/vendere prodotti e servizi dei Paesi presenti all'interno del cluster del caffè.

5.3 Supporto alla gestione nel cluster del caffè e supervisione del palinsesto delle attività che si svolgeranno nell'area comune.

L'Official Coffee Partner dovrà supportare con del personale dedicato, Expo 2015 nello sviluppo e nella gestione delle attività che si svolgeranno nel cluster del caffè (comprese le sue aree comuni) dove si svolgeranno attività di vario genere che potranno spaziare da Eventi a Showcase oltre che mostre o iniziative tematiche ad hoc.

Contenuti minimi dell'offerta tecnica

Con riferimento ai requisiti indicati, si richiede al soggetto candidato di articolare una proposta di massima che indichi il numero del personale dedicato (FTE) con relativa seniority e competenze (quali solo come esempio, un Direttore tematico del Cluster).

6. Valore della Partnership

Con riferimento al perimetro della Partnership descritto nel capitolo 5, il soggetto candidato deve presentare un'offerta economica dettagliata a partire da un valore minimo di partnership pari a 4 milioni di Euro, esclusa IVA e suddiviso in:

- Cash (pagamento in denaro): valore non inferiore a 3 milioni di Euro, IVA esclusa;
- Value in Kind cluster del caffè e bar (pagamento in natura): valore non inferiore a 1 milione di Euro, IVA esclusa. Per quanto riguarda l'offerta in VIK, si forniscono le seguenti precisazioni:
 - Potranno costituire tale offerta beni relativi all'allestimento e gestione (supporto alla gestione nel cluster del caffè e supervisione del palinsesto delle attività che si svolgeranno nell'area comune.
 -) del cluster del caffè (allestimenti, tecnologie IT e multimediali, personale per la gestione dell'area, eventi, palinsesto eventi etc.)
 - Questi beni verranno definiti congiuntamente da Expo Milano 2015 ed con il Partner e dovranno essere coerenti con la visione proposta dal Partner ed il progetto identificato da Expo 2015.
 - Verrà determinata, di volta in volta da parte di Expo 2015, la congruità del valore di mercato dei beni proposti dal Partner come componenti dell'offerta in VIK

L'insieme di prodotti e dei servizi offerti che costituiscono la proposta presentata dal candidato Partner potrebbe essere soggetto a variazioni durante la realizzazione del progetto; resta inteso che qualsiasi variazione rientrerà nel perimetro tecnico dei servizi offerti e che il valore dei prodotti e servizi non sarà superiore all'offerta economica.

In aggiunta al valore della partnership, il candidato Partner può proporre e offrire servizi aggiuntivi non superiore al 25% del valore della partnership (Cash + Vik) assegnato dalla commissione di Expo 2015 in ambito di comunicazione e promozione che ritenga utili e interessanti per Expo 2015 (di seguito: "Servizi Aggiuntivi"), che saranno valutati ed accettati in toto o in parte da Expo 2015 a sua totale discrezione.

A fronte dei Servizi Aggiuntivi di cui sopra è previsto che Expo 2015 SpA riconosca al futuro partner, una somma in denaro a titolo di corrispettivo non superiore al 25% del valore della partnership (Cash + Vik) assegnato dalla commissione di Expo 2015. Ai candidati partner verrà chiesto d'indicare in sede di offerta il progetto di servizi offerti e la quota massima che intendono richiedere ad Expo 2015 nelle modalità previste dal presente documento di Request for Proposal.

Qualora la percentuale di contributo richiesto corrisponda ad un valore economico relativo ai servizi aggiuntivi congruiti ed accettati superiore al valore congruito dalla Commissione, la percentuale verrà adeguata proporzionalmente.

7. Benefit riservati all'Official Partner del caffè di Expo 2015

Attraverso la partnership con Expo Milano 2015, l'"Official Coffee Partner" avrà accesso ad una piattaforma internazionale di durata pluriennale che gli consentirà di sviluppare relazioni e alleanze con istituzioni, decision maker, player industriali e altri stakeholder dell'universo Expo, nonché di proporsi come "pioniere" e "caso di successo" rispetto ai trend evolutivi del proprio settore di riferimento (utilizzando Expo Milano 2015, ad esempio, come il "laboratorio" in cui sperimentare il Supermercato del Futuro).

Nello specifico, attraverso la partnership con Expo 2015, l'"Official Coffee Partner" potrà usufruire di un esteso programma di vantaggi che gli permetteranno di:

- Rafforzare la propria reputazione e brand identity;
- Consolidare il posizionamento competitivo;
- Coinvolgere dipendenti e clienti;
- Estendere le opportunità di sviluppo del business.

Inoltre Expo 2015, in accordo con l'"Official Coffee Partner", si impegnerà nello sviluppo di un percorso di partnership personalizzato.

In qualità di "Official Coffee Partner" acquisirà, fin dal 2012 e per tutti gli anni di avvicinamento all'Evento (maggio-ottobre 2015), i seguenti benefit:

- A. Diritti di visibilità in Expo Milano 2015;
- B. Diritto di utilizzo del logo/brand di Expo Milano 2015;
- C. Presenza e visibilità nel Sito espositivo di Expo Milano 2015, sia fisico che virtuale (Cyber Expo);
- D. Visibilità nel Programma di Comunicazione e nelle attività di Marketing di Expo Milano 2015;
- E. Opportunità di business & servizi di hospitality

A. Diritti di visibilità in Expo Milano 2015

- Naming e status di "Official Coffee Partner" of Expo Milano 2015;
- Possibilità di organizzare conferenze stampa e supporto nelle relazioni con i media per l'annuncio della partnership;
- Presenza nelle campagne stampa per i ringraziamenti ai Partner.

B. Diritto di utilizzo del logo/brand di Expo Milano 2015

- Diritto di usare il logo/brand di Expo Milano 2015 per le iniziative di PR, pubblicità e comunicazione aziendale
- Diritto di sviluppare le campagne pubblicitarie in co-marketing con Expo Milano 2015
- Diritto a sviluppare prodotti e servizi in co-marketing con Expo Milano 2015
- Possibilità di organizzare laboratori e simposi sulle attività correlate ad Expo Milano 2015 e nello specifico, sul progetto del Cluster del Caffè.

C. Presenza e visibilità nel sito espositivo di Expo Milano 2015, sia fisico che virtuale (Cyber Expo)

- Presenza nel Coffe Cluster con logo/brand e partecipazione in costruzione della area comune del Cluster
- Presenza di due punti commerciali al interno del sito espositivo (uno dentro Coffee Cluster e un bar fuori Cluster)
- Pubblicità aziendale sulla segnaletica e la cartellonistica digitale all'interno del sito Expo;
- Area per la realizzazione di un proprio stand virtuale o "centro visite";
- Pubblicità aziendale su percorsi/padiglioni virtuali collegati al tema del caffè.

D. Visibilità nel Programma di Comunicazione e nelle attività di Marketing di Expo Milano 2015

Attraverso investimenti annuali del valore di milioni di Euro, Expo Milano 2015 coinvolgerà la comunità globale a partire dal 2012 e fino al 2015 con un Programma di Comunicazione nazionale e internazionale volto a:

- Presentare, proporre, far comprendere il tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita" con intensità crescente negli anni di avvicinamento all'Evento;
- Promuovere l'Evento Expo Milano 2015 al fine di far partecipare Milano, l'Italia e il Mondo e coinvolgere aziende e istituzioni;
- Interessare i principali target (giovani, donne, famiglie, comunità scientifiche, cittadini del mondo, ecc.) attraverso un piano di iniziative/eventi mirati.

Una delle caratteristiche fondamentali di Expo Milano 2015 e della sua comunicazione sarà l'inclusività: per la prima volta un Expo darà la possibilità a milioni di persone di partecipare non solo alla visita ma anche alla costruzione stessa dell'Evento.

Per raggiungere i propri obiettivi di comunicazione, Expo 2015 sta realizzando, attraverso un impiego coordinato di eventi, media tradizionali, tecnologie di comunicazione multimediale, ecc un Programma di Comunicazione articolato in tre macro fasi finalizzate a:

- Avviare il dialogo – Acquisire un ruolo chiave nella conversazione internazionale anche facendo leva sulla credibilità di ONG e Organizzazioni Internazionali fin dal 2012;
- Diventare relevant e riconoscibile – Accrescere il valore del brand Expo Milano 2015 (attraverso la realizzazione di eventi e l'utilizzo di licensing e merchandising) a partire dal 2013;
- Promuovere la partecipazione all'Evento – Supportare la vendita dei biglietti anche tramite l'utilizzo della comunicazione di massa in prossimità dell'Evento (2014-2015).

In qualità di Official Partner, l'"Official Coffee Partner" potrà dunque godere di visibilità all'interno di alcuni selezionati eventi del Programma di Comunicazione e promozione di Expo Milano 2015, mentre sarà sempre presente negli eventi e programmi che riguardano il tema del caffè. Nello specifico, l'"Official Coffee Partner" avrà la possibilità di concordare insieme a Expo 2015 le diverse modalità di partecipazione e coinvolgimento nelle attività di comunicazione e promozione promosse dall'organizzatore (esiste anche una possibilità di sponsorizzare progetti speciali nel corso di Expo Milano 2015).

Sul fronte degli eventi e delle iniziative di comunicazione "in senso stretto", le principali attività previste dal

Programma di Comunicazione e promozione di Expo Milano 2015 riguardano:

- La partecipazione ufficiale a Grandi Eventi mondiali
- L'organizzazione di iniziative ed eventi organizzati direttamente da Expo 2015
- Eventi di PR istituzionali annuali (giorno dedicato all'Expo "Expo Day", convegni internazionali dei partecipanti "International Participants Meeting", celebrazioni per il "conto alla rovescia", ecc.).

Sul lato, invece, delle attività promozionali direttamente finalizzate a pubblicizzare e promuovere la partecipazione all'Evento (nonché a supportare il piano di iniziative/eventi descritto sopra), sono previste numerose attività in ambito Advertising, Media relation e Digital Marketing, tra cui, a titolo esemplificativo:

- Campagne pubblicitarie multicanale (TV, Radio, Stampa, Outdoor);
- Pubblicità in aeroporti e stazioni ferroviarie principalmente nella città di Milano, nelle città turistiche italiane, nelle città target in Europa e nel resto del mondo;
- Co-advertising con i Partner e organizzazioni non governative;
- Servizi su TV, stampa, radio e web a livello locale, nazionale e internazionale;
- Conferenze stampa a livello nazionale e internazionale con la partecipazione di opinion leader di rilievo nei settori della sostenibilità, della nutrizione e dell'innovazione;
- Eventi media in Italia e all'estero (es. convegni annuali in Italia per giornalisti stranieri);
- Contenuti multimediali distribuiti su web, social media e applicazioni multiplatforma per smartphone, tablet, ecc.

E. Opportunità di business & servizi di hospitality

- Inserimento nel catalogo di direct marketing "Preferred Partners" di Expo 2015 volto alla promozione dei servizi e dei prodotti dei Partner e indirizzato ai paesi e alle organizzazioni partecipanti;
- Utilizzo di strutture per lo svolgimento di attività aziendali in loco come sale VIP, sale conferenza stampa e aree per l'organizzazione di conferenze e convegni aziendali;
- Partecipazione con logo e materiali aziendali ai convegni annuali International Participants Meetings organizzati da Expo 2015 a supporto dei paesi, delle istituzioni, delle aziende e delle organizzazioni nella pianificazione della propria partecipazione ad Expo Milano 2015 (convegni nel 2013 e 2014 che prevedono la partecipazione di oltre 100 delegazioni di paesi e numerose organizzazioni internazionali e istituzioni locali).

8. Requisiti richiesti

Expo 2015 ricerca un "Official Coffee Partner" tra le aziende leader nel proprio settore che abbiano al centro della strategia l'innovazione tecnologica, la protezione dell'ambiente e la responsabilità sociale. Il Partner ideale è quello che identifica in Expo Milano 2015 un'opportunità per mostrare al mondo le soluzioni innovative in questi anni e durante il periodo espositivo.

Il candidato Partner:

- non deve incorrere nelle cause di esclusione di cui all'articolo 38 del D. Lgs 163/2006 e s.m.i.
- deve accettare il Modello 231/01 e il Codice Etico di Expo 2015; detti documenti possono essere visionati direttamente sul sito internet www.expo2015.org nella sezione "Appalti e Gare".

La partecipazione alla presente RFP non vincola in alcun modo Expo 2015 alla stipulazione del contratto di Partnership, cui la medesima potrà addivenire o meno in relazione a proprie insindacabili valutazioni.

9. Durata della Partnership

La partnership avrà decorrenza dalla data di sottoscrizione del contratto. La scadenza del contratto è prevista per il 30 giugno 2016.

10. Criteri di selezione del Partner

Le proposte di partnership saranno esaminate da un'apposita Commissione in relazione ai seguenti criteri:

- | | |
|---|------------------|
| 1. Offerta tecnica per i servizi inclusi nel perimetro di Partnership | Max 60/100 punti |
| 2. Offerta economica Cash | Max 30/100 punti |
| 3. Offerta economica VIK cluster del caffè e bar | Max 10/100 punti |

10.1 Offerta tecnica per i servizi inclusi nel perimetro di Partnership: massimo 60/100 punti

Il punteggio verrà attribuito dalla Commissione in relazione ai seguenti elementi caratterizzanti la proposta tecnica:

- Conformità con le specifiche e i requisiti di cui al precedente capitolo 5 "Perimetro della partnership";
- Caratteristiche tecniche e funzionalità dei sistemi, dei prodotti e delle soluzioni messe a disposizione;
- Livello di innovazione proposto;
- Attenzione ai principi di sostenibilità nelle soluzioni tecniche proposte.

Con riferimento a tutti i criteri di selezione, la Commissione predisporrà apposito verbale da sottoporre all'approvazione dei Competenti Organi di Expo 2015 S.p.A. alla quale è subordinata la sottoscrizione del relativo contratto. Resta ferma la facoltà di Expo 2015 S.p.A. di non procedere ad alcun affidamento ovvero di procedere all'affidamento del relativo contratto anche in presenza di una sola offerta.

10.2 Offerta economica "Cash" 30/100

Con tale criterio viene valutato il valore economico dell'offerta Cash.

Il punteggio massimo di 30 punti sarà attribuito secondo la seguente formula:

- *Punti assegnati al concorrente i-esimo = $30 \times \text{valore offerto dal concorrente i-esimo} / \text{valore massimo offerto}$ dove 30 sono i punti massimi attribuibili al maggior valore cash offerto.*

10.3 Offerta economica "VIK" cluster caffè e bar: massimo 10/100 punti

Il punteggio massimo di 10 punti sarà attribuito secondo la seguente formula:

- *Punti assegnati al concorrente i-esimo: = $10 \times \text{valore offerto dal concorrente i-esimo} / \text{valore massimo offerto}$ o valore massimo determinato dalla commissione se minore rispetto al valore massimo VIK offerto dal concorrente, dove 10 sono i punti massimi attribuibili al maggior valore offerto o determinato dalla commissione*

In caso di discordanza tra i due valori, ai fini dell'attribuzione del relativo punteggio farà fede la valutazione economica deliberata dalla Commissione.

Precisazioni sulla componente VIK

Ai fini della determinazione della componente VIK, e ad integrazione di quanto già descritto nel Capitolo 5, si precisa che possono concorrere alla formazione della componente VIK, in tutto o in parte, le seguenti voci economiche:

Costi relativi all'area comune del cluster del caffè e del bar (chiosco), come ad esempio:

- costi di acquisto e/o sviluppo, realizzazione, implementazione e gestione e di eventuali sistemi correlati;
- fornitura, l'installazione e la manutenzione dei sistemi di gestione del punto vendita di Expo 2015 e la messa a disposizione di personale.

Ai fini della valutazione economica del VIK i concorrenti dovranno altresì specificare – allegando alla propria offerta un dettagliato prospetto (distinta base), come indicato al punto 12 busta 2 – Offerta tecnica, con la ripartizione del valore tra i diversi elementi VIK.

La Commissione preposta alla valutazione procederà ad un controllo di congruità del valore VIK dichiarato dal soggetto candidato. Ai fini del punteggio relativo alla componente VIK, in caso di discordanza tra il valore offerto e la valutazione della Commissione, farà fede la valutazione economica deliberata da quest'ultima.

11. Soggetti ammessi

Sono ammessi a partecipare alla presente selezione, ai sensi dell'art. 34 D. Lgs. 163/2006, i seguenti soggetti: imprese singole, società, cooperative, consorzi e Raggruppamenti Temporanei di Imprese ai sensi dell'art. 37 del D. Lgs. 163/2006 e s.m.i..

I Raggruppamenti Temporanei di Imprese, prima della presentazione dell'offerta, possono conferire mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, qualificato mandatario, il quale esprime l'offerta in nome e per conto proprio e dei mandanti. In questo caso, il mandato deve essere inserito in originale o copia autenticata nella busta contenente la documentazione amministrativa (Busta 1).

In caso di RTI non ancora costituite l'offerta deve essere sottoscritta da tutti gli operatori economici che costituiranno il Raggruppamento e deve contenere l'impegno che in caso di affidamento del contratto, gli stessi operatori conferiranno mandato collettivo speciale con rappresentanza ad uno di essi, da indicare in sede di offerta e qualificato come mandatario.

In particolare per quanto concerne l'utilizzo del logo Expo Milano 2015, nel caso di R.T.I., si precisa che Expo 2015 S.p.A. veicolerà nelle proprie comunicazioni e per tutti gli utilizzi previsti, un'unica immagine rappresentativa dell'R.T.I. Global Partner. Questa potrà essere il brand dell'azienda mandataria, il brand di un'altra azienda partecipante all'R.T.I. o un'immagine ad hoc sviluppata dall'R.T.I. per Expo Milano 2015. Tale indicazione va chiaramente comunicata dal Partner nell'offerta tecnica in risposta alla presente RFP.

12. Termini e modalità di presentazione delle offerte

Le offerte dovranno pervenire, in busta chiusa riportante la dicitura "ALL'ATTENZIONE DELL'UFFICIO ACQUISTI - NON APRIRE - RICERCA OFFICIAL COFFEE PARTNER" - alla Società Expo 2015 S.p.A. presso la Sua sede legale, in Milano, Via Rovello n.2, entro e non oltre le ore 12:00 del giorno 25/01/2013 per mezzo del servizio postale di Stato, con raccomandata A.R. o mediante agenzia di recapito autorizzata. È altresì facoltà degli offerenti provvedere alla consegna a mano dei plichi dalle ore 9:00 alle ore 12:00 e dalle ore 14:00 alle ore 17:30 dei giorni feriali dal lunedì al venerdì presso la suddetta sede.

Resta inteso che il recapito del plico rimane ad esclusivo carico e rischio del mittente ove, per qualsiasi motivo, lo stesso plico non giunga a destinazione in tempo utile.

A tal fine, si precisa che il termine sopra indicato si intende perentorio, a nulla valendo in proposito la data di spedizione risultante dal timbro postale e farà fede esclusivamente quanto risulti all'Ufficio Protocollo accettante della Società stessa. Oltre il termine sopraindicato, pertanto, non sarà ritenuta valida alcuna offerta, anche se sostitutiva od aggiuntiva ad offerta precedente. Le offerte duplici o redatte in modo imperfetto o, comunque, condizionate saranno considerate nulle.

La partecipazione alla procedura, con la presentazione dell'offerta, comporta per il concorrente piena, integrale ed incondizionata accettazione di tutte le disposizioni contenute nella presente lettera e relativi allegati. Il Candidato Partner resterà, pertanto, vincolato all'osservanza di tutte le norme e condizioni ivi contenute e richiamate.

All'interno del plico, dovranno tassativamente essere inserite tre buste chiuse sulle quali dovranno essere riportate l'indicazione del mittente e le seguenti diciture:

- Busta 1: Documentazione Amministrativa
- Busta 2: Offerta Economica;
- Busta 3: Offerta Tecnica.

Di seguito si precisano i contenuti delle 3 buste.

Busta 1 – Documentazione Amministrativa

La Busta 1 dovrà contenere:

- Certificato C.C.I.A.A. in corso di validità, da cui risulti l'oggetto sociale del Partner, corredato dalla dicitura fallimentare e antimafia. Nel caso di RTI tale documento dovrà essere presentato separatamente da ciascuna impresa costituente il raggruppamento
- Autodichiarazione, resa ai sensi del DPR 445/2000, da parte del legale rappresentante/ procuratore del Candidato Partner con allegata fotocopia del documento d'identità ed eventuale procura che attesti:
 - l'insussistenza delle cause di esclusione di cui all'articolo 38 del D. Lgs 163/2006 e s.m.i.
 - la presa visione e l'accettazione del Modello 231/01 e del Codice Etico di Expo 2015 S.p.A. e delle condizioni generali di partecipazione contenute nel presente documento
 - di essere in regola con le disposizioni della Legge 383/2001
 - la presa visione di tutti gli allegati del presente documento, necessari, peraltro, alla formulazione dell'offerta
 - la presa d'atto che le reciproche obbligazioni verranno definite all'interno del contratto di Partnership, che conterrà almeno le seguenti clausole nei confronti del Partner:
 - impegno a fornire i servizi a fronte di prerogative di visibilità, da concedersi a cura di Expo 2015 S.p.A.
 - impegno ad accettare penali per inadempimento e risoluzione non eccedenti il 10% dell'importo della fornitura ed opportunamente graduate in relazione alla rilevanza dell'inadempimento.

Nel caso di RTI tale documento (autodichiarazione) dovrà essere presentato separatamente e firmato da ciascuna impresa costituente il Raggruppamento:

- Dichiarazione attestante l'impegno a costituire Raggruppamento Temporaneo di Imprese, in caso di aggiudicazione o Mandato Collettivo Speciale con rappresentanza conferito all'impresa capogruppo in caso di RTI costituito
- Indicazione del nominativo del referente per Expo 2015 S.p.A..

Busta 2 – Offerta Tecnica

La Busta 2 dovrà contenere la proposta tecnica di cui al punto 10.1, costituita da massimo 30 pagine (no fronte/retro ed escludendo eventuali allegati), suddivisa secondo i distinti ambiti di cui al precedente capitolo 5, e sottoscritta dal legale rappresentante/procuratore. Per facilitare l'attività di analisi delle offerte, e garantirne la maggior confrontabilità possibile tra lo schema di valutazione della Commissione valutatrice e lo schema progettuale delle diverse offerte, si richiede di inserire nella presente busta una "distinta base" (bill of material), ossia l'elenco e le singole quantità di tutti i componenti, sottoinsiemi, semilavorati e materie prime necessari per realizzare i prodotti/servizi offerti, che dovranno costituire anche il dettaglio dell'offerta economica.

Tutta la documentazione di cui al precedente capoverso dovrà essere presentata sia su supporto cartaceo, che su file in 3 identici DVD.

A tale proposta seguirà l'obbligo per il candidato Partner, in caso di aggiudicazione, di procedere alla progettazione e successiva realizzazione delle soluzioni e dei servizi offerti.

Sempre all'interno della busta tecnica il candidato Partner dovrà dettagliare la proposta tecnica di Comunicazione in modo tale da rendere Expo 2015 in grado di valutare e congruire in maniera adeguata l'offerta.

Busta 3 – Offerta Economica

La Busta 3 dovrà contenere l'offerta economica di cui al punto 10.1. In particolare, l'offerta economica, sottoscritta dal legale rappresentante/procuratore, dovrà indicare, in cifre e in lettere, i seguenti valori:

- Il valore Cash offerto **non inferiore a 3 milioni**, (IVA esclusa);
- Il valore offerto in VIK cluster del caffè e bar **non inferiore a 1 milione**, (IVA esclusa);
- Il valore del contributo richiesto ad expo 2015 non superiore al 25% del valore della partnership (VIK + Cash) deliberata dalla commissione di Expo 2015.
- L'accettazione da parte del futuro Partner del caffè delle royalty del 12% sul venduto all'interno delle aree commerciali a lui dedicate.

13. Chiarimenti

Le richieste di chiarimenti dovranno pervenire via e-mail entro e non oltre il termine perentorio delle ore

12:00 del giorno 14/01/2013 al seguente indirizzo gare@expo2015.org a cui Expo 2015 S.p.A. risponderà entro le ore 12:00 del 18/01/2013.

Le risposte ai quesiti saranno pubblicate per tutti i soggetti proponenti sul Sito internet di Expo 2015 S.p.A. <http://www.expo2015.org/partnership> (sezione Partnerships\Request for proposal for the search of Partners, o Partnerships\ Requests for proposal per la ricerca di Partners).

14. Elenco Allegati

1. Guida del Tema
2. Guida dei Cluster
3. Schema contrattuale

Milano, 14/12/2012

Per Expo 2015 S.p.A
Dr. Giuseppe Sala
(Amministratore Delegato)

