



UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Provvedimento del Direttore generale

Campagna di promozione istituzionale e orientamento universitario per l'anno accademico 2020/2021: acquisto di servizi promozionali su testate giornalistiche cartacee, online ed emittenti radiofoniche. Autorizzazione alla spesa.

Il Direttore generale

visto lo Statuto di Ateneo, nel testo vigente;

visto il Regolamento di Ateneo per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità, nel testo vigente;

visto il Manuale di Contabilità e gestione, nel testo vigente;

vista la Legge 07 agosto 1990, n. 241, recante “*Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi*”, nel testo vigente;

visto il Decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, recante “*Codice dei contratti pubblici*”, nel testo vigente;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 146, adottata nella seduta del 20 dicembre 2019 con la quale sono stati approvati il budget autorizzatorio per l'anno 2020 ed i relativi budget assegnati alle aree dirigenziali e alle strutture didattiche e di ricerca;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 6, adottata nella seduta del 29 gennaio 2020, avente ad oggetto “*Determinazioni in merito agli accessi ai corsi di studio attivati, per l'anno accademico 2020/2021*”;

ritenuto opportuno realizzare una campagna di promozione delle immatricolazioni per l'anno accademico 2020/2021, con la quale perseguire un duplice obiettivo che prevede da un lato l'incremento della visibilità e della notorietà dell'istituzione universitaria valdostana con un'azione di consolidamento del brand “Università della Valle d'Aosta” volto a colmare il divario di visibilità con i principali *competitor* dei territori limitrofi alla Regione Valle d'Aosta, e, dall'altro, l'offerta di adeguate informazioni circa l'offerta formativa e i servizi erogati dall'Ateneo per il prossimo anno accademico;

ritenuto necessario, al fine di perseguire il secondo obiettivo suesposto e per garantire l'esercizio del diritto allo studio, fornire al potenziale studente gli strumenti di conoscenza per effettuare una scelta accurata e proficua in vista della propria carriera universitaria, nonché informarlo circa la diversificazione dell'Università della Valle d'Aosta rispetto agli altri Atenei in termini di opportunità di servizi di orientamento in ingresso, contenuti, approccio didattico, opportunità di mobilità per studio e stage all'estero e sviluppo delle conoscenze linguistiche;

udito il parere della Rettrice prof.ssa Mariagrazia Monaci e della Delegata rettorale all'orientamento e alla comunicazione prof.ssa A.M. Merlo, concernente le indicazioni sui *target* da raggiungere con la promozione di Ateneo nel 2020 e in particolare la necessità di concentrare le azioni di promozione di tutti i corsi di laurea verso il target di giovani e delle famiglie residenti in Valle d'Aosta e in Piemonte con particolare riferimento alle zone del Canavese e del Biellese;

ritenuto opportuno, al fine di raggiungere gli obiettivi sopra esposti, predisporre messaggi informativi utilizzando mezzi di comunicazione diversificati quali testate giornalistiche tradizionali e online ed emittenti radiofoniche;

considerato che la costante evoluzione delle tecnologie e dei trend comunicativi ad essa correlati impone a tutti i soggetti, in particolare a quelli che svolgono attività di pubblico interesse, di mantenere adeguati livelli di innovazione e di qualità di comunicazione all'utenza, anche al fine di ottimizzare l'utilizzo delle risorse pubbliche a disposizione e incrementare l'efficienza e l'efficacia delle attività di comunicazione istituzionale;

ritenuto utile, in particolare, affiancare ai consueti annunci promozionali cartacei, radiofonici e digitali anche una serie di articoli redazionali e contenuti di *native advertising* grazie ai quali è possibile esplicitare dettagliatamente le peculiarità dell'offerta formativa dell'Ateneo, dei servizi e delle opportunità proposte in particolare circa la mobilità per studio e stage all'estero e lo sviluppo delle conoscenze linguistiche;

considerato che i competenti uffici della Direzione generale hanno svolto apposita istruttoria concernente l'analisi dei dati disponibili riguardanti la diffusione dei mezzi a stampa, il traffico dei siti internet e gli ascolti delle emittenti radiofoniche rispetto ai bacini geografici e ai target sopramenzionati nonché l'analisi dei dati sui risultati delle azioni di promozione intraprese dall'Ateneo nell'anno 2019;

considerato che, alla luce delle risultanze dell'analisi dei dati e dei pareri espressi dalla delegata rettorale all'orientamento, è stato stimato commisurato agli obiettivi proporre le seguenti azioni di promozione:

- diffusione di messaggi radiofonici (spot da 30") sulle emittenti GRP e sul circuito radiofonico PK di Manzoni (Radio Number One, Radio sportiva, Radio Nostalgia, Radio Cuore, Ione dance, Radio 19);
- inserzioni promozionali sulle testate giornalistiche cartacee: La Vallée notizie, Gazzetta Matin (in abbinata con Weekend di Gazzetta Matin), La Sentinella del Canavese;
- banner promozionali, redazionali, schede informative e iniziative *social* e di *native advertising* sui siti internet e social di riferimento: www.aostasera.it, www.lastampa.it/torino, www.torino.repubblica.it, www.skuola.net, con targetizzazione geografica nelle province di interesse dell'Ateneo (AO, TO, BI, AT);

atteso che il costo stimato della pianificazione promozionale ammonta ad euro 45.280,98 (quarantacinquemiladuecentottanta/98), calcolato sulla base dell'investimento effettuato e dei risultati ottenuti negli anni scorsi oltre che sulla previsione del fabbisogno annuale per la promozione dell'Ateneo individuata in sede di approvazione di bilancio, comprensivo di tutti gli oneri oltre all'Iva di legge al 22%;

richiamato l'articolo 32, comma 2, del D.lgs. n. 50/2016, il quale stabilisce che per affidamenti di importo inferiore a 40.000,00 euro, la stazione appaltante può procedere ad affidamento diretto tramite determina a contrarre o atto equivalente che contenga, in modo semplificato, l'oggetto dell'affidamento, l'importo, il fornitore, le ragioni della scelta del fornitore, il possesso da parte sua dei requisiti di carattere generale nonché il possesso dei requisiti tecnico-professionali, ove richiesti;

richiamato il provvedimento del Direttore generale n. 94/2017, prot. univ. n. 5742, del 7 luglio 2017, con il quale sono state approvate le prime procedure per l'acquisizione di forniture di beni e servizi di importo inferiore a 40.000,00 euro nonché i relativi allegati;

richiamate le Linee Guida n. 4, dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC), di attuazione del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, recanti "Procedure per l'affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e formazione e gestione degli elenchi di operatori economici", approvate dal Consiglio dell'Autorità con delibera n. 1097 del 26 ottobre 2016 e aggiornate alla Legge 14 giugno n. 55 di conversione del Decreto legge 18 aprile 2019 n. 32, con delibera del Consiglio dell'Autorità n. 636, del 10 luglio 2019;

preso atto che l'articolo 37, comma 1, del D.lgs. n. 50/2016 prevede che le stazioni appaltanti, fermi restando gli obblighi di ricorso agli strumenti di acquisto e negoziazione, anche telematici, previsti dalle vigenti disposizioni in materia di contenimento della spesa, possono procedere direttamente e autonomamente, tra l'altro, all'acquisizione di forniture e servizi di importo inferiore a 40.000,00 euro nonché attraverso l'effettuazione di ordine a valere su strumenti di acquisto messi a disposizione dalle centrali di committenza;

verificato che, alla data di adozione del presente provvedimento, la tipologia di servizio richiesto:

- 1) non rientra nell'ambito delle categorie merceologiche oggetto di convenzioni attivate dalla Consip/IN.VA. S.p.A.;
- 2) non è presente né all'interno del catalogo del Me.Pa della Consip S.p.A. né all'interno del catalogo del Me.va. dell'INVA S.p.A.;

considerato che le ditte coinvolte nei servizi richiamati in elenco sono concessionarie esclusive dei mezzi di comunicazione scelti per la pianificazione dei messaggi promozionali, come espressamente formalizzato con apposite dichiarazioni delle singole ditte, agli atti dell'Ateneo;

ritenuto, pertanto, di ricorrere all'affidamento diretto per la fornitura del servizio sopra citato ai sensi dell'articolo 36, comma 2, lettera a), del D.lgs. n. 50/2016 per ragioni di economicità, efficacia, proporzionalità nonché di tempestività;

atteso che, alla luce di quanto sopra esposto, si è proceduto a richiedere la formulazione di un preventivo per la fornitura dei servizi in questione, con procedura semplificata per ragioni di efficacia, economicità e tempestività, alle ditte di seguito elencate:

- Publi(In) Srl, Via Campi 29/1, 23807 Merate (LC), P.IVA 01842780064, concessionaria per La Vallée notizie, www.aostasera.it;
- LG Presse s.r.l., Via B. Festaz 52, 11100 Aosta (AO), P.IVA 01141020071, concessionaria per Gazzetta Matin e Weekend di Gazzetta Matin;
- Manzoni & C. S.p.a., Via Nervesa 21, 20139 Milano (MI), P.IVA 04705810150, concessionaria per il circuito radiofonico PK di Manzoni (Radio Number One, Radio sportiva, Radio Nostalgia, Radio Cuore, Ione dance, Radio 19), www.lastampa.it/torino, www.torino.repubblica.it, La Sentinella del Canavese;
- Mediamond Spa, Via Bianca di Savoia 12, 20122 Milano (MI), P.IVA 06703540960, concessionaria per www.skuela.net;
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, Corso Filippo Brunelleschi 7/17, 10141 Torino (TO), P.IVA 03970060012, concessionaria per Radio GRP;

visti i preventivi presentati dalle ditte fornitrici dei servizi suddetti:

- Publi(In) Srl, prot. n. 6556/X/04 del 19/05/2020;
- LG Presse s.r.l., prot. n. 5762/X/04 del 28/04/2020;
- Manzoni & C. S.p.a., prot. N. 6559/X/04 del 19/05/2020;
- Mediamond Spa, prot. n. 6631/X/04 del 21/05/2020;
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, prot. n. 5053/X/04 del 09/04/2020;

dato atto che le offerte presentate dalle suddette ditte rispettano le specifiche tecniche e i prezzi di mercato praticati per analoghi servizi e risultano in linea rispetto ai costi per servizi analoghi sostenuti dall'Ateneo in anni precedenti e che pertanto sussistono le condizioni per poter considerare le offerte congrue ed affidabili;

ritenuto, pertanto, di procedere all'affidamento diretto alle ditte concessionarie uniche individuate, per un importo di euro 55.242,80 comprensivo di tutti gli oneri e dell'Iva di legge al 22% inclusa;

dato atto che:

- il possesso dei requisiti di carattere generale di cui all'articolo 80 del D.lgs. n. 50 del 2016 è stato autocertificato dalle ditte sopracitate;
- è stata verificata la regolarità contributiva delle ditte tramite la piattaforma dedicata (DURC online):
 - Publi(In) Srl, Protocollo INPS_19685948 con scadenza 11/07/2020;
 - LG Presse s.r.l., Protocollo INAIL_20721422 con scadenza 04/07/2020;
 - Manzoni & C. S.p.a., Protocollo INPS_19200633 con scadenza 05/06/2020;
 - Mediamond Spa, Protocollo INAIL_20846350 con scadenza 16/07/2020;
 - S.C.S. s.r.l. Pubblicità, Protocollo INPS_19808151 con scadenza 17/07/2020;
- è stata accertata l'iscrizione alla Camera di Commercio tramite apposita visura camerale acquisita agli atti di Ateneo;

- il pagamento della prestazione verrà effettuato previa verifica della regolarità della fornitura del servizio, esclusivamente con le modalità di cui all'art. 3 della Legge 13 agosto 2010, n. 136, e precisamente tramite bonifico su conto corrente bancario o postale dedicato alle commesse pubbliche; ai fini di assicurare la tracciabilità dei movimenti finanziari relativi ai rapporti contrattuali in ambito pubblico alla presente fornitura sono stati attribuiti i seguenti codici CIG:
 - Publi(In) Srl ZF22CBABE3;
 - LG Presse s.r.l. ZD02CBAC87;
 - Manzoni & C. S.p.a. ZBB2CBACCO;
 - Mediamond Spa ZC02CBAD1E;
 - S.C.S. s.r.l. Pubblicità ZF62CBACF7;
- che i dati relativi al presente affidamento sono soggetti alla pubblicazione prevista dalla normativa vigente in materia nelle apposite sottosezioni della pagina "Amministrazione trasparente" del sito web dell'Ateneo;
- alla presente fornitura si applicano, per quanto compatibili, le disposizioni del Codice di comportamento dei dipendenti dell'Università della Valle d'Aosta, pubblicato sul sito dell'Ateneo, www.univda.it, nella sezione denominata "Normativa";

ritenuto di nominare quale responsabile del procedimento la dott.ssa Chiara Grobberio, funzionario dell'Ufficio Comunicazione e Orientamento della Direzione generale di Ateneo;

considerato che, altresì, la stipula del contratto per le forniture dei servizi in oggetto è disposta in modalità elettronica mediante scambio di corrispondenza secondo l'uso del commercio ai sensi dell'art. 32 c. 14 del D.lgs. 50/2016;

ritenuto che sussistono le condizioni di opportunità e convenienza per disporre l'affidamento della fornitura in oggetto;

preso atto che il presente Decreto è soggetto a visto di regolarità contabile e accertata la copertura finanziaria;

DECIDE

1. di approvare le procedure di affidamento descritte in premessa stabilendo che:
 - gli oggetti dei contratti riguardano la campagna di promozione istituzionale e orientamento universitario per l'anno accademico 2020/2021 ed in particolare l'acquisto di:
 - n. 8 inserzioni (2 aggiuntive verranno offerte omaggio) formato quarto di pagina super, sulla testata giornalistica La Vallée notizie, per un totale di 10 uscite;
 - n. 7 inserzioni formato mezza pagina sulla testata giornalistica La Sentinella del Canavese;
 - n. 5 inserzioni (2 aggiuntive verranno offerte omaggio) formato quarto di pagina rispettivamente sulle testate giornalistiche Gazzetta Matin e su Weekend di Gazzetta Matin, per un totale di 14 uscite;
 - n. 1 campagna promozionale sulla testata giornalistica online www.aostasera.it, comprendente n. 7 pubbliredazionali (comprensivi di lancio Facebook) e banner nel formato 300x600 desktop e mobile per n. 14 settimane, per un totale di 686.000 impression;
 - n. 1 campagna in abbinata sulle testate giornalistiche online www.lastampa.it/torino e www.torino.repubblica.it desktop+mobile comprendente n. 1 banner formato 300x250 pixel per 5 settimane, per un totale complessivo di 1.000.000 di impression;
 - n. 1 campagna social sul canale Instagram di Repubblica per un totale di 150.000 reach garantite;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online www.skuola.net comprendente n. 1 formato "Native Post" con 10.000 view minime garantite e composto da n. 1 editorial box, lanci social su Facebook, Instagram stories e Twitter e da lancio su newsletter proprietaria a 60.000 utenti; n. 2 Social Content ("Meme") sui canali Facebook e Instagram per un minimo di 200.000 reach garantite; n. 1 formato advertising "skin" o "masthead" per 14 giorni per un totale di 500.000 di impression oltre a 500.000 impression offerte in omaggio; n. 2 editorial box per 28 giorni per 3.000.000 impression totali;

- n. 1 campagna radiofonica sul circuito di emittenti radio PK Pool Piemonte e Valle d'Aosta (formato da Radio Number One, Radio sportiva, Radio Nostalgia, Radio Cuore, 1one dance, Radio 19) comprendente per ciascuna emittente n. 6 spot da 30" al giorno per 52 giorni, per un totale di 1.560 spot;
 - n. 1 campagna sul circuito radiofonico G.R.P. (Giornale Radio Piemonte) comprendente n. 8 spot da 30" al giorno per 31 giorni, per un totale di 248 spot;
 - l'acquisizione dei predetti servizi è effettuata mediante l'affidamento diretto, ai sensi dell'articolo 36, comma 2, lettera a), del D.lgs n. 50 del 2016;
 - il responsabile del procedimento amministrativo è la Dott.ssa Chiara Grobberio, funzionario dell'Ufficio Comunicazione e Orientamento della Direzione generale di Ateneo;
 - ai sensi dell'articolo 32, comma 14, del D.lgs n. 50/2016, la stipula dei contratti è disposta in modalità elettronica mediante scambio di corrispondenza secondo l'uso del commercio;
2. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche cartacee e web alla ditta concessionaria Publi(In) Srl, Via Campi 29/1, 23807 Merate (LC), P.IVA 01842780064 e nello specifico n. 10 inserzioni (di cui 8 a pagamento e 2 omaggio) formato quarto di pagina super rispettivamente su La Vallée notizie; n. 1 campagna sulla testata giornalistica online www.aostasera.it, comprendente n. 7 pubbliredazionali visibili per 10 giorni (comprensivi di lancio Facebook), n. 1 banner formato 300x600 desktop e mobile per n. 14 settimane (686.000 impression), per un importo complessivo di euro 7.540,00 (settemilacinquecentoquaranta/00) oltre all'IVA di legge - CIG ZF22CBABE3;
 3. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 2, la spesa complessiva di euro 9.198,80 (novemilacentonovantotto/80) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 "Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l'orientamento universitario)" per l'anno 2020, che presenta la necessaria disponibilità;
 4. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche web alla ditta Manzoni & C. S.p.a., Via Nervesa 21, 20139 Milano (MI), P.IVA 04705810150, e nello specifico: n. 7 uscite formato mezza pagina su La Sentinella del Canavese, n. 1 campagna promozionale in abbinata rispettivamente sulle testate giornalistiche online www.lastampa.it/torino e www.torino.repubblica.it comprendenti su ciascuna testata n. 1 formato advertising 300x250 pixel per 5 settimane per un totale complessivo di 1.000.000 impression, n. 1 campagna social sul canale Instagram di Repubblica per un totale di 150.000 reach garantite e n. 1 campagna radiofonica da n. 6 spot da 30" al giorno per 52 giorni sul circuito PK Pool Piemonte Valle d'Aosta (Radio Number One, Radio sportiva, Radio Nostalgia, Radio Cuore, 1one dance, Radio 19), per un importo complessivo di euro 18.084,00 € (diciottomilaottantaquattro/00) oltre all'IVA di legge - CIG ZBB2CBACC0;
 5. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 4, la spesa complessiva di euro 22.062,48 (ventiduemilasessantadue/48) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 "Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l'orientamento universitario)" per l'anno 2020, che presenta la necessaria disponibilità;
 6. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche alla ditta LG Presse s.r.l., Via B. Festaz 52, 11100 Aosta (AO), P.IVA 01141020071, e nello specifico: n. 7 uscite (di cui 5 a pagamento e 2 omaggio), formato quarto di pagina, rispettivamente su Gazzetta Matin e su Weekend di Gazzetta Matin, per un totale di 14 inserzioni, per un importo complessivo di euro 1.500,00 (millecinquecento/00) oltre all'IVA di legge - CIG ZD02CBAC87;
 7. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 6, la spesa complessiva di euro 1.830,00 (milleottocentotrenta/00) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 "Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l'orientamento universitario)" per l'anno 2020, che presenta la necessaria disponibilità;
 8. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali alla ditta Mediamond Spa, Via Bianca di Savoia 12, 20122 Milano (MI), P.IVA 06703540960, e nello specifico: n. 1 campagna sulla

testata giornalistica online www.skuela.net comprendente n. 1 formato “Native Post” con 10.000 view minime garantite e composto da n. 1 editorial box, lanci social su Facebook, Instagram stories e Twitter e da lancio su newsletter proprietaria a 60.000 utenti; n. 2 Social Content (“Meme”) sui canali Facebook e Instagram per un minimo di 200.000 reach garantite; n. 1 formato advertising “skin” o “masthead” per 14 giorni per un totale di 500.000 di impression oltre a 500.000 impression offerte in omaggio; n. 2 editorial box per 28 giorni per 3.000.000 impression totali per un importo complessivo di euro 15.500,00 (quindicimilacinquecento/00) oltre all’IVA di legge - CIG ZC02CBAD1E;

9. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 8, la spesa complessiva di euro 18.910,00 (diciottomilanovecentodieci/00) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2020, che presenta la necessaria disponibilità;
10. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l’acquisto di spazi promozionali su testate radio alla ditta S.C.S. s.r.l Pubblicità, Corso Filippo Brunelleschi 7/17, 10141 Torino (TO), P.IVA 03970060012, e nello specifico: n. 1 campagna sul circuito radiofonico G.R.P. (Giornale Radio Piemonte) comprendente n. 8 spot da 30” al giorno per 31 giorni, per un totale di 248 spot per un importo complessivo di euro 2.728,00 (duemilasettecentoventotto/00) oltre all’IVA di legge - CIG ZF62CBACF7;
11. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 10, la spesa complessiva di euro 3.328,16 (tremilatrecentoventotto/16), comprensiva dell’Iva di legge, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2020, che presenta la necessaria disponibilità;
12. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile;
13. di allegare le scritture contabili relative alle autorizzazioni di cui ai punti precedenti;
14. di dare atto che la liquidazione della fattura elettronica avverrà previo esito positivo della regolarità della fornitura e nel rispetto degli obblighi previsti dall’articolo 3 della legge n. 136/2010, nonché a seguito dell’esito positivo degli accertamenti disposti in materia di pagamenti da parte degli enti pubblici;
15. di pubblicare, ai sensi e per gli effetti dell’articolo 29, comma 1, del D.Lgs. n. 50/2016, il contenuto e gli estremi del presente provvedimento sul sito istituzionale dell’Università, nell’ambito della sezione denominata “*Amministrazione trasparente*” il primo giorno lavorativo successivo alla data di protocollazione e di informare che, avverso al presente provvedimento, è esperibile il ricorso giurisdizionale amministrativo al TAR Valle d’Aosta entro 30 giorni decorrenti dalla sopra indicata data di pubblicazione.
16. di pubblicare il presente provvedimento all’albo online di Ateneo.

Il Direttore generale
Lucia Ravagli Ceroni
(sottoscritto digitalmente)

Allegati n. 5:
Scritture contabili relative alle autorizzazioni di spesa.