



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

CONTRATTO

OGGETTO: Servizi di promozione istituzionale e servizi a supporto delle attività di comunicazione della Direzione generale dell'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste. - CIG BC3D284442.

TRA

Università della Valle d'Aosta - Université de la Vallée d'Aoste con sede in Aosta, Strada Cappuccini 2/A, C.F. 91041130070 (nel prosieguo Università), in questo contratto rappresentata dal Direttore generale, Dott.ssa Lucia Ravagli Ceroni

E

Il Dott. Alessandro Mastrandrea, [REDACTED], in qualità di legale rappresentante dell'operatore economico STOPDOWN Società Cooperativa, P.IVA 01279450074, con sede in Avenue Conseil des Commis 3/A – 11100 Aosta (AO);

PREMESSO CHE

- l'Università della Valle d'Aosta ha ricevuto un'offerta dall'operatore economico STOPDOWN Società Cooperativa, P.IVA 01279450074, attraverso la piattaforma telematica *PlaCE-VdA*, fascicolo di sistema FE081816, registro di sistema PE101439-26;
- è intenzione dell'Università della Valle d'Aosta procedere all'affidamento diretto dei servizi di promozione istituzionale e dei servizi a supporto delle attività di comunicazione dell'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste in favore dell'operatore economico STOPDOWN Società Cooperativa, P.IVA 01279450074;

SI CONVIENE E STIPULA QUANTO SEGUE

Articolo 1 – OGGETTO DEL SERVIZIO

La procedura in oggetto riguarda l'affidamento dei servizi di promozione istituzionale e dei servizi a supporto delle attività di comunicazione della Direzione generale dell'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste, e in particolare:

A) SERVIZI DI PROMOZIONE ISTITUZIONALE

È richiesto, in particolare, l'acquisto di spazi pubblicitari dalle concessionarie titolari dei mezzi e l'acquisto di sponsorizzazione dalle piattaforme digitali (ad esempio Google, Meta, ecc.), **con decorrenza dal 01 agosto 2026 fino al 31 maggio 2027.**

Le attività dell'Agenzia affidataria riguarderanno:

1. L'acquisto di spazi pubblicitari, tramite le agenzie concessionarie dei vari mezzi stampa, radio, tv, web (eventualmente anche attraverso il *programmatic advertising*), invio materiali e pianificazione dei calendari di pubblicazione/messa in onda. Si specifica che i prezzi considerati dovranno corrispondere al reale



prezzo di mercato applicato agli enti o comunque non superiori a quelli già praticati all'Università della Valle d'Aosta dalle concessionarie pubblicitarie. Sarà cura dell'Ateneo verificare la congruità dei prezzi tramite controlli specifici. Si richiede a tal proposito la condivisione di un file contabile sempre aggiornato al fine di monitorare la spesa in fase di avanzamento della campagna promozionale.

2. La gestione di attività e annunci differenziati e multi-target sulle piattaforme social dell'Ateneo (Facebook e Instagram) coerenti con gli obiettivi di marketing dell'Università, in particolare in relazione alla campagna promozionale 2026/2027; gestione sponsorizzazioni sulla piattaforma Google Ads. Per questa attività si richiede la presa in carico dei costi relativi alle attività di *web* e *digital advertising* sui diversi canali (piattaforme Google e META). I contenuti da sponsorizzare saranno realizzati a cura dell'Agenzia sulla base di indicazioni specifiche dell'Ateneo (es. temi, obiettivi, ecc.) e in parte sulla base di materiali grezzi forniti (es. immagini, video, dati, ecc.). Ogni contenuto oggetto di sponsorizzazione dovrà essere approvato formalmente (via e-mail) dall'Ateneo. I contenuti da sponsorizzare (post/storie completi di immagini e testi o video) saranno indicativamente n. 10 e saranno concentrati principalmente nel periodo estivo.

I target, la durata della sponsorizzazione e l'importo da attribuire a ciascun contenuto sponsorizzato saranno proposti dall'Agenzia affidataria del servizio e concordati con l'Ateneo.

Gli obiettivi della campagna di comunicazione di Facebook e Instagram Ads sono specificatamente rivolti a coinvolgere un'audience fredda, ovvero che non ha mai interagito attivamente con l'ateneo, attraverso la creazione di *funnel* e campagne *retargeting*. Gli obiettivi si configurano in particolare come segue:

- Incrementare il numero di follower su Instagram;
- Far conoscere l'offerta formativa a nuovi pubblici di riferimento;
- Promuovere le attività e le iniziative dell'Ateneo.

Per quanto concerne l'attività di sponsorizzazione (SEM/Display) sulla piattaforma Google Ads si richiede di individuare le azioni idonee all'esigenze dell'Ateneo al fine di promuovere i siti www.univda.it. L'Agenzia dovrà presentare all'Ateneo le fatture delle piattaforme sulle quali verranno effettuate le attività di promozione.

3. Monitoraggio e reportistica delle attività e dei risultati web e social e correzione in itinere degli interventi. L'agenzia dovrà effettuare un'attività costante di monitoraggio rispetto alla corretta esecuzione ed efficacia delle iniziative di promozione ed effettuare una puntuale reportistica relativa a tutte le specifiche attività pianificate a sostegno della promozione e della comunicazione di ciascuna attività di diffusione. I report di monitoraggio relativi alle piattaforme social, con cadenza mensile, dovranno contenere almeno i seguenti indicatori:

- Numero di visualizzazioni e interazioni ottenute dai post/storie/video sui canali social media (share/like/commenti).
- Numero di click effettuati sui link contenuti nei post/storie sui social.

L'elenco delle attività è indicativo e non esaustivo. L'Agenzia affidataria, pertanto, potrà essere chiamata a svolgere tutte le altre attività complementari e/o simili a quelle finora descritte che dovessero rendersi necessarie per assicurare la legittimità delle procedure.

Note operative

La comunicazione dell'Ateneo nel periodo di riferimento sarà focalizzata sui seguenti temi ed iniziative e nei seguenti periodi:

- n. 6 corsi di laurea (giugno-settembre 2026 / maggio 2027);
- Polo universitario;
- Eventi di orientamento (di cui un Open Day in data 28 agosto 2026 e un altro a maggio 2027);



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

- Altri corsi di alta formazione: corsi di perfezionamento, master universitari, ecc. (ottobre 2026-marzo/maggio 2027).

Il piano di comunicazione, che sarà proposto dall'Agenzia, ed eventualmente modificato di concerto con l'Ateneo, dovrà tenere presente alcuni requisiti minimi. In particolare, ai sensi del Decreto legislativo n. 208/2021, articolo 49, il totale acquistato dovrà essere così ripartito:

- 50% testate giornalistiche online e offline: in questa percentuale è esigenza dell'Ateneo prevedere almeno 20 uscite formato quarto di pagina su testate cartacee locali, una proposta di adv display e almeno 2 pubbliredazionali su testate giornalistiche nazionali a target studentesco (con profilazione geografica sul nord ovest d'Italia);
- 15% radio e/o tv a diffusione locale: pianificazione su emittenti radiofoniche e/o televisive a diffusione locale del Nord-Ovest d'Italia;
- 35% quota libera: questa quota può essere dedicata alle sponsorizzazioni web e social su piattaforme ad alto rendimento, come ad esempio Meta, Google Ads, Spotify, ecc.

Le attività previste saranno preventivamente concordate e condivise con l'Ateneo, attraverso incontri operativi per definire e curare l'implementazione di quanto complessivamente previsto. L'agenzia dovrà garantire la propria disponibilità a partecipare alle riunioni periodiche, convocate dall'Ufficio Comunicazione, Direzione e Rettorato presso la sede di Via Monte Solarolo n. 1, in Aosta, e/o tramite videoconferenza, in relazione alle esigenze.

All'Agenzia sarà inoltre richiesto di presentare all'Ateneo i preventivi, le fatture delle concessionarie pubblicitarie, il pagamento delle stesse e i giustificativi degli annunci pubblicitari.

B) SERVIZI A SUPPORTO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE.

I servizi in questione, **a decorrere dal 01 agosto 2026 e fino al 31 maggio 2027**, comprendono:

a) attività di social media management:

- ideazione e creazione di contenuti innovativi e di qualità (redazione dei testi, ricerca o realizzazione di foto, creazione di semplici grafiche in armonia con quelle precedentemente realizzate dall'Ateneo per mezzo delle piattaforme in uso dall'Ateneo e contenuti multimediali), rapportandosi direttamente con i soggetti indicati dall'Ufficio Comunicazione e Orientamento di Ateneo (minimo 120 post su Instagram e Facebook cadauno e relative "storie" di lancio, minimo 40 su LinkedIn);
- ottimizzazione del profilo del profilo YouTube di Ateneo;
- impostazione e gestione del piano editoriale delle piattaforme social;
- gestione quotidiana delle interazioni sulle varie piattaforme social (menzioni, tag, condivisioni di contenuti, risposte agli utenti, ecc.);
- monitoraggio delle performance, redazione di analisi e report trimestrali;
- archiviazione dei file prodotti;

b) supporto organizzativo da remoto e in presenza agli eventi e nello specifico:

- 3 grandi eventi nei 10 mesi (a titolo indicativo: promozione social, supporto nella realizzazione di presentazioni digitali di accompagnamento all'evento e presenza all'evento, documentazione post evento);
- circa 85 eventi per cui si prevede un post di lancio e storie (sui social in cui sono possibili) di recall in avvicinamento agli eventi e la documentazione ex post tramite storie o post;



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

- c) **realizzazione e montaggio** di almeno 10 semplici **video promozionali o informativi** da 60-90 secondi per l'alimentazione dei profili social dell'Ateneo, da realizzare con la partecipazione di studenti, docenti e/o personale tecnico-amministrativo;
- d) **interventi di revisione grafica**: realizzazione di almeno 30 slider in WordPress.

Articolo 2 - CORRISPETTIVO DEL SERVIZIO

Il corrispettivo da riconoscere all'Affidataria per i servizi in oggetto è stabilito in euro **111.435,00 (centoundicimilaquattrocentotrentacinque/00)**, **comprensivo di tutti gli oneri e IVA di legge esclusa, fino al 31 maggio 2027**, come previsto dalla stazione appaltante e come risultante dall'offerta avanzata in sede di presentazione del preventivo, alle condizioni tutte di cui alla procedura di affidamento, così ripartito:

- Servizio di acquisto di spazi pubblicitari e sponsorizzazione social dei contenuti (A1) fissato in **euro 80.000,00 (ottantamila/00)** – tale importo è fisso e non soggetto a ribasso, in quanto tetto massimo di spesa destinato esclusivamente alla copertura degli acquisti di spazi pubblicitari e sponsorizzazioni presso concessionarie, piattaforme digitali e soggetti terzi;
- Servizio di promozione istituzionale (A2+A3), comprendente attività di strategia, coordinamento, media buying, gestione tecnica delle piattaforme digitali e reportistica, stimato in **euro 16.000,00 (sedicimila/00)**;
- Servizi a supporto delle attività di comunicazione (B) stimati in **euro 15.435,00 (quindicimilaquattrocentotrentacinque)**.

Le eventuali trasferte e/o spese di viaggio che si renderanno necessarie per partecipare agli incontri presso le sedi dell'Ateneo si intendono comprese nel compenso previsto.

Articolo 3 - COSTI DELLA MANODOPERA E COSTI DELLA SICUREZZA

L'affidamento ha ad oggetto prestazioni di natura prevalentemente intellettuale, consistenti in attività di strategia, coordinamento, pianificazione e gestione delle attività di comunicazione istituzionale e promozione dell'Ateneo.

In ragione della natura delle prestazioni, non si procede alla determinazione separata dei costi della manodopera, fermo restando che, qualora presenti, gli stessi dovranno essere correttamente determinati e applicati nel rispetto della normativa vigente.

In relazione all'oggetto dell'affidamento, non si rilevano oneri per la sicurezza da interferenze, ai sensi dell'articolo 26 del d.lgs. n. 81/2008; pertanto, i costi della sicurezza sono pari a euro **0,00 (zero/00)**.

Resta fermo che l'operatore economico è tenuto a rispettare, nell'esecuzione del contratto, la normativa vigente in materia lavoro, sicurezza e tutela dei lavoratori, ove applicabile, nonché gli obblighi previsti dall'articolo 11 del d.lgs. n. 36/2023;

Articolo 4 - CONTRATTO COLLETTIVO E CLAUSOLE SOCIALI

L'Affidataria ha dichiarato, in sede di offerta, di non applicare alcun contratto collettivo nazionale, in quanto le prestazioni sono rese da soci lavoratori operanti in forma autonoma.



Articolo 5 - MODALITÀ DI PAGAMENTO

Il pagamento dei servizi in oggetto, dedotte eventuali penali, avverrà con presentazione di regolare fattura entro 30 giorni naturali e consecutivi dalla data di ricezione, a seguito di esito positivo dei controlli sul fornitore previsti dalla normativa vigente e sulla conformità del servizio.

L'Università della Valle d'Aosta è soggetta agli obblighi di utilizzo della fatturazione elettronica, ai sensi della legge 24 dicembre 2007, n. 244 e ss.mm.ii. Si comunica, inoltre, che l'Ateneo è assoggettato alle disposizioni sullo *split payment*, stabilite dall'art. 17-ter, comma 1, della legge di stabilità 2015 che prevede che l'ente pubblico, per le fatture datate a partire dal 1° gennaio 2015 riguardanti le cessioni di beni e/o le prestazioni di servizi, debba pagare al fornitore il solo importo imponibile mentre l'imposta dovrà essere versata direttamente all'Erario.

Con riferimento al servizio di acquisto di spazi pubblicitari e sponsorizzazione social dei contenuti, si precisa che l'importo di euro 80.000,00 è destinato esclusivamente alla copertura dei costi di acquisto di spazi pubblicitari e sponsorizzazioni presso concessionarie, piattaforme digitali e soggetti terzi, distinta dai compensi per i servizi professionali di strategia, coordinamento, media buying, gestione tecnica, reportistica e supporto alla comunicazione, che saranno fatturati separatamente secondo le modalità indicate di seguito:

- Servizio di acquisto di spazi pubblicitari e sponsorizzazione social dei contenuti: fatturazione ad avanzamento dell'attività. Le fatture saranno emesse sulla base degli spazi pubblicitari e delle sponsorizzazioni effettivamente acquistati, preventivamente autorizzati dall'Ateneo e debitamente documentati mediante fatture, ricevute, giustificativi di pagamento o altra idonea documentazione contabile rilasciata da concessionarie, piattaforme digitali e soggetti terzi, fino a concorrenza dell'importo massimo di euro 80.000,00, oltre IVA. Tale importo costituisce tetto massimo di spesa e sarà riconosciuto esclusivamente nei limiti degli acquisti effettivamente sostenuti, documentati, autorizzati e ritenuti congrui dall'Ateneo. Per l'anno 2026, la spesa massima fatturabile non potrà superare euro 56.557,38 IVA al 22% esclusa, pari a euro 69.000,00 IVA inclusa;
- Servizio di promozione istituzionale: fatturazione mensile;
- Servizi a supporto delle attività di comunicazione: fatturazione mensile.

In ragione della natura autonoma delle prestazioni dichiarate dall'Affidataria e dell'assenza di impiego di personale dipendente, non sussiste il presupposto applicativo della ritenuta dello 0,5% di cui all'articolo 11 del d.lgs. n. 36/2023, in quanto finalizzata alla tutela della manodopera subordinata.

Articolo 6 - GARANZIA DEFINITIVA

Ai fini della sottoscrizione del contratto, è richiesta la garanzia definitiva di cui all'art. 53, comma 4, del d.lgs. 36/2023, pari al 5 per cento dell'importo contrattuale, da costituirsi, a scelta del soggetto affidatario, sotto forma di cauzione o fidejussione, con le modalità previste dall'articolo 106 del d.lgs. 36/2023.

Articolo 7 - REVISIONE PREZZI

Per i servizi oggetto di compenso professionale, l'eventuale revisione prezzi sarà applicata secondo gli indici revisionali pertinenti ai contratti di servizi e forniture individuati dall'Allegato II.2-bis al d.lgs. 36/2023, nei limiti e al verificarsi delle condizioni previste dalla normativa vigente. La quota destinata all'acquisto di spazi pubblicitari e sponsorizzazioni presso terzi sarà riconosciuta nei limiti degli importi effettivamente sostenuti, documentati e preventivamente autorizzati, entro il tetto massimo contrattuale.



Articolo 8 - DURATA DELL'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI

La durata dell'affidamento decorre **dal 01 agosto 2026 al 31 maggio 2027**.

Eventuali ritardi nell'ultimazione delle attività ascrivibili a fatto esclusivo dell'appaltatore non comportano proroga del contratto e le conseguenze saranno a suo esclusivo carico, fermo restando l'obbligo di adempimento dell'obbligazione e fatta salva, in ogni caso, la facoltà per l'Ateneo di risolvere il contratto stesso e richiedere il pagamento della penale, ove pattuita, e il risarcimento dei maggiori danni subiti a causa del ritardo.

L'Ateneo si riserva la possibilità di procedere all'avvio dell'esecuzione del contratto in via d'urgenza, ai sensi dell'art. 17, comma 9, del D.lgs. n. 36/2023.

Articolo 9 - OBBLIGHI AI SENSI DELLA LEGGE n. 136/2010

L'Affidataria assume tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui all'articolo 3 della legge 13 agosto 2010, n. 136 e successive modifiche. Il mancato utilizzo del bonifico bancario o postale, ovvero degli altri strumenti idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni finanziarie relative all'appalto di cui si tratta, costituisce, ai sensi dell'art. 3 comma 9 bis della legge n. 136/2010 e s.m.i., causa di risoluzione del contratto di appalto.

Ai fini della tracciabilità dei flussi finanziari, gli strumenti di pagamento devono riportare, in relazione a ciascuna transazione posta in essere per il presente contratto, il codice identificativo gara (CIG BC3D284442) attribuito dall'Autorità Nazionale Anticorruzione.

L'Amministrazione e l'Affidataria, per quanto di propria spettanza, si impegnano a custodire in maniera ordinata e diligente la documentazione (ad es. estratto conto), che attesta il rispetto delle norme sulla tracciabilità delle operazioni finanziarie e delle movimentazioni relative ai contratti di esecuzione di lavori e di prestazioni di servizi e di forniture, in modo da agevolare le eventuali verifiche da parte dei soggetti deputati ai controlli.

Articolo 10 - SPESE CONTRATTUALI

Le spese tutte relative alla regolarizzazione fiscale del contratto saranno a carico dell'Affidataria che assumerà ogni onere relativo alla mancata o inesatta osservanza delle norme in materia.

Articolo 11 - RITARDI NELL'ESECUZIONE E PENALI

Ai sensi dell'art. 126 del D.lgs. 36/2023, è stabilita una penale giornaliera, da determinarsi in relazione all'entità delle conseguenze legate al ritardo, compresa tra lo 0,5 per mille e l'1,5 per mille dell'ammontare netto aggiudicato, per ogni giorno di ritardo nell'esecuzione delle prestazioni, previa contestazione formale degli addebiti. Le penali non possono comunque superare, complessivamente, il 10% dell'ammontare netto contrattuale.

Oltre alla penale di cui sopra, l'aggiudicatario risponderà di ogni danno che, per effetto del ritardo, dovesse derivare all'Ateneo.

La richiesta e/o il pagamento delle penali di cui al presente articolo non esonera l'Affidataria dall'adempimento dell'obbligazione per la quale si è reso inadempiente e che ha fatto sorgere l'obbligo di pagamento della penale stessa.

L'importo relativo alla penale verrà trattenuto sulla prima fattura disponibile, fermo restando il diritto dell'Università di procedere alla risoluzione del contratto e di richiedere il risarcimento per eventuali ulteriori danni causati dal ritardo.

Articolo 12 - EVENTUALI OBBLIGHI A CARICO DELL'AFFIDATARIA

Sono a carico del soggetto Affidatario tutte le provvidenze necessarie ad evitare il verificarsi di danni alle persone e alle cose durante l'esecuzione del servizio oggetto del presente appalto, mettendo in atto tutti gli adempimenti previsti per la sicurezza sul lavoro.



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

L'Ateneo non assume alcuna responsabilità per danni che dovessero derivare dal soggetto Affidatario e/o dai suoi dipendenti o incaricati durante o in conseguenza dell'esecuzione delle prestazioni oggetto del presente appalto o per qualsiasi altra ragione o causa, convenendo che ogni rischio compreso o compensato dal corrispettivo del presente appalto viene assunto integralmente e direttamente dal soggetto aggiudicatario che si obbliga sin da ora a manlevare l'Ateneo da ogni conseguenza dannosa.

Il soggetto Affidatario solleva l'Università della Valle d'Aosta da ogni eventuale responsabilità penale e civile, diretta e indiretta, verso terzi, comunque connessa alla fornitura dei servizi affidati. Nessun ulteriore onere potrà dunque derivare a carico dell'Ateneo, oltre al pagamento del corrispettivo contrattuale.

Durante l'esecuzione del servizio, il gruppo di lavoro proposto in sede di offerta non potrà essere modificato, né nel numero complessivo, né nelle qualifiche professionali indicate, se non previo consenso dell'Amministrazione. In ogni caso, i componenti dovranno avere requisiti equivalenti o superiori a quelli posseduti dai soggetti da sostituire.

Articolo 13 - FALLIMENTO DELL'AFFIDATARIA

In caso di fallimento dell'appaltatore il contratto si riterrà sciolto; la Stazione Appaltante si avvale, salvi ed impregiudicati ogni altro diritto e azione a tutela dei propri interessi, della procedura prevista dall'art. 110 del Codice.

Articolo 14 - RECESSO E RISOLUZIONE DEL CONTRATTO

L'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste potrà in qualunque momento recedere dagli impegni assunti con il contratto nei confronti dell'aggiudicatario qualora nel corso dello svolgimento delle attività intervengano fatti o provvedimenti, i quali modifichino la situazione esistente all'atto della stipula del contratto e ne rendano impossibile la sua conduzione a termine. In tale ipotesi saranno riconosciute all'aggiudicatario le spese sostenute sino alla data di comunicazione del recesso.

Articolo 15 - CONTROVERSIE E FORO COMPETENTE

L'organismo responsabile delle procedure di ricorso è il T.A.R. Valle d'Aosta.

Tutte le controversie derivanti dal contratto di cui al presente servizio sono deferite alla competente autorità giudiziaria del foro di Aosta, rimanendo esclusa la competenza arbitrale.

Articolo 16 - RINVIO AD ALTRE NORME

Per quanto non esplicitamente previsto nelle presenti Condizioni particolari, si fa rinvio alle norme del D.lgs. n. 36/2023 (Codice dei Contratti Pubblici) e, in quanto applicabili, alle disposizioni del Codice civile.

Articolo 17 - ACCESSO AGLI ATTI

Il diritto di accesso è disciplinato dall'articolo 35 del D. Lgs n. 36/2023.

Articolo 18 – CLAUSOLA FINALE

Il presente contratto comporta la piena e incondizionata accettazione di tutte le disposizioni in esso contenute. Si considerano parte integrante del presente contratto le prescrizioni contenute nella lettera di invito, ivi inclusi i relativi allegati. Per quanto non espressamente previsto si applicano tutte le norme vigenti in materia di appalti pubblici e quelle del Codice civile in quanto applicabili.



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

Articolo 19 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

I dati raccolti dovranno essere trattati, ai sensi e per gli effetti di quanto disposto dal D.lgs. n. 196/2003 *“Codice in materia di protezione dei dati personali”* e dal Regolamento UE 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati), anche con strumenti informatici, esclusivamente nell’ambito del contratto in oggetto.

Nell’ambito del servizio contrattualizzato la ditta Affidataria è designata in qualità di Responsabile del Trattamento ai sensi dell’articolo 28 del Regolamento UE 2016/679 e dovrà attuare adeguate misure di sicurezza tecniche ed organizzative, al fine di prevenire la perdita dei dati, utilizzi illeciti o non corretti ed accessi non autorizzati.

Il titolare del trattamento è l’Università della Valle d’Aosta. Il responsabile della protezione dei dati dell’Università della Valle d’Aosta – Université de la Vallée d’Aoste è contattabile ai seguenti indirizzi: e-mail: rpdd@univda.it – PEC: protocollo@pec.univda.it con una comunicazione avente ad oggetto: *“All’attenzione del RPD dell’Università della Valle d’Aosta”*.

Per l’Università della Valle d’Aosta

Dott.ssa Lucia Ravagli Ceroni

(firmato digitalmente)

Per l’operatore economico affidatario

Dott. Alessandro Mastrandrea

(firmato digitalmente)