



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 2019/2020: 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, approvato con deliberazione del Consiglio dell'Università n. 84, del 22 dicembre 2017, 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. 8, adottata nella seduta del 28 febbraio 2019, con la quale sono stati approvati il budget autorizzatorio per l'anno 2019 ed i relativi budget assegnati alle aree dirigenziali e alle strutture didattiche e di ricerca;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 13, adottata nella seduta del 28 febbraio 2019, avente ad oggetto “*Determinazioni in merito agli accessi ai diversi corsi di studio attivati, per l'anno accademico 2019/2020*”;

ritenuto opportuno realizzare una campagna di promozione delle immatricolazioni per l'anno accademico 2019/2020, 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 Commissione Orientamento, incontrata dall'Ufficio Comunicazione e Infoweb il 6 marzo 2019, concernente le indicazioni sui *target* da raggiungere con la promozione di Ateneo nel 2019 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 e di proporre alcune azioni di promozione mirate nelle regioni del Sud Italia limitatamente alla promozione del Corso di laurea di Lingue e comunicazione per l'impresa e il turismo, corso di studio caratterizzato da particolarità specifiche e iscrizioni negli anni precedenti da queste zone;

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 l'Ufficio Comunicazione e Infoweb ha promosso singoli incontri con tutti i coordinatori dei corsi di studio al fine di individuare con la maggior precisione possibile i punti di forza di ogni corso di laurea al fine di predisporre i messaggi più idonei attraverso gli articoli redazionali, le iniziative di *native advertising* e le iniziative di relazione con i media e social, anche a carattere gratuito;

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 2018;

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

- diffusione di messaggi radiofonici (spot da 30") sulle emittenti: GRP, Radio Manila, Radio Fantastica e sul circuito radiofonico PK di Manzoni (Radio Number One, Radio sportiva, Radio Nostalgia, Radio Cuore, 1one dance);
- inserzioni promozionali sulle testate giornalistiche cartacee: La Stampa ediz. nord ovest, La Vallée notizie, Gazzetta Matin, Weekend di Gazzetta Matin, Eco di Biella, La Nuova Provincia di Biella, Il Biellese, Il Canavese (ediz. Rivarolo), La Sentinella del Canavese, La Voce del Canavese, La periferia di Chivasso;
- banner promozionali, redazionali, schede informative e iniziative *social* e di *native advertising* sui siti internet e social di riferimento: [www.ansa.it](http://www.ansa.it) (edizione Valle d'Aosta e Piemonte), [www.aostasera.it](http://www.aostasera.it), [www.masterin.it](http://www.masterin.it), [www.lastampa.it/torino](http://www.lastampa.it/torino), [www.torino.repubblica.it](http://www.torino.repubblica.it), [www.skuola.net](http://www.skuola.net), [www.torinotoday.it](http://www.torinotoday.it) e [www.today.it](http://www.today.it), [www.corriere.it](http://www.corriere.it) con targetizzazione "educational" e geografica nelle province di interesse dell'Ateneo;
- iniziative di *native advertising* sui siti del network Manzoni tramite il widget Taboola con geolocalizzazione nelle province di interesse dell'Ateneo e profilazione per interessi specifici del target;

udito il parere del prof. Marco Alderighi, coordinatore della Commissione di orientamento di Ateneo, e di un professore ordinario di Marketing dell'Ateneo circa la corrispondenza tra obiettivi di comunicazione e target formulati dalla Commissione di Orientamento, mezzi di comunicazione individuati e stanziamenti destinati alle singole iniziative e circa la completezza del piano di promozione per la campagna di promozione delle immatricolazioni per l'anno accademico 2019/2020 sopradescritto;

atteso che il costo stimato della pianificazione promozionale ammonta ad euro 93.324,89 (novantatremilatrecentoventiquattro/89), 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;

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, Eco di Biella, La Nuova Provincia di Biella, Il Canavese (ediz. Rivarolo), La periferia di Chivasso, [www.aostasera.it](http://www.aostasera.it);
- Citynews S.p.a., Piazza Giacomo Matteotti 7, 80133 Napoli (NA), P.IVA 10786801000, concessionaria del circuito [www.today.it](http://www.today.it);
- Agenzia Nazionale Stampa Associata Società Cooperativa, Via della Dataria 94, 00187 Roma (RM), P.IVA 00876481003, venditrice per [www.ansa.it](http://www.ansa.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), [www.lastampa.it/torino](http://www.lastampa.it/torino), [www.torino.repubblica.it](http://www.torino.repubblica.it), La Sentinella del Canavese e i siti del proprio network tramite widget Taboola;
- Mercurius Network s.r.l., Via Valperga Caluso 30, 10125 Torino (TO), P.IVA 09477590013, concessionaria per [www.masterin.it](http://www.masterin.it);
- Mediamond Spa, Via Bianca di Savoia 12, 20122 Milano (MI), P.IVA 06703540960, concessionaria per [www.skuola.net](http://www.skuola.net);
- OPQ s.r.l., Via G.B. Pirelli 30, 20124 Milano (MI), P.IVA 11049250159, concessionaria per Il Biellese e La Voce del Canavese;
- RCS Mediagroup S.p.a., Via Angelo Rizzoli 8, 20132 Milano (MI), P.IVA 12086540155, concessionaria per [www.corriere.it](http://www.corriere.it);
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, Corso Filippo Brunelleschi 7/17, 10141 Torino (TO), P.IVA 03970060012, concessionaria per GRP;

- Fast Media snc, Via Philips 13, 10091 Alpignano (TO), P.IVA 02946420011, concessionaria per Radio Manila e Radio Fantastica;

visti i preventivi presentati dalle ditte fornitrici dei servizi suddetti:

- Publi(In) Srl, prot. n. 4611/X/04 del 03/04/2019;
- Citynews S.p.a., prot. n. 4562/X/04 del 02/04/2019;
- Agenzia Nazionale Stampa Associata Società Cooperativa, prot. n. 5141/X/04 del 12/04/2019;
- LG Presse s.r.l., prot. n. 1706/X/04 del 15/02/2019;
- Manzoni & C. S.p.a., prot. n. 4982/X/04 del 10/04/2019 e 5115/X/04 del 12/04/2019;
- Mercurius Network s.r.l., prot. n. 4549/X/04 del 02/04/2019;
- Mediamond Spa, prot. n. 5304/X/04 del 17/04/2019;
- OPQ s.r.l., prot. n. 4563/X/04 del 02/04/2019;
- RCS Mediagroup S.p.a., prot. n. 5113/X/04 del 12/04/2019;
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, prot. n. 4561/X/04 del 02/04/2019;
- Fast Media snc, prot. n. 4137/X/04 del 26/03/2019;

dato atto che le offerte presentate dalle suddette ditte rispettano le specifiche tecniche e i prezzi di mercato praticati per analoghi servizi 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 113.856,36 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 INAIL 15543872 con scadenza 11/07/2019;
  - Citynews S.p.a. Protocollo INAIL 15475029 con scadenza 06/07/2019;
  - Agenzia Nazionale Stampa Associata Società Cooperativa, Protocollo INAIL 15138385 con scadenza 14/06/2019;
  - LG Presse s.r.l., Protocollo INAIL 15453102 con scadenza 05/07/2019;
  - Manzoni & C. S.p.a., Protocollo INPS 14135774 con scadenza 11/06/2019;
  - Mercurius Network s.r.l., Protocollo INAIL 14713259 con scadenza 11/05/2019;
  - Mediamond Spa, Protocollo INAIL 15247843 con scadenza 21/06/2019;
  - OPQ s.r.l., Protocollo INAIL 15772956 con scadenza 26/07/2019;
  - RCS Mediagroup S.p.a., Protocollo INAIL 15105809 con scadenza 12/06/2019;
  - S.C.S. s.r.l. Pubblicità, Protocollo INPS 14491570 con scadenza 04/07/2019;
  - Fast Media snc, Protocollo INAIL 15917737 con scadenza 06/08/2019;
- 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 ZD9282A85B;
  - Citynews S.p.a. ZB8282A944;
  - Agenzia Nazionale Stampa Associata Società Cooperativa ZDF282B8AE;
  - LG Presse s.r.l. Z71282A8C2;
  - Manzoni & C. S.p.a. Z10282A916;
  - Mercurius Network s.r.l. Z29282A9F1;
  - Mediamond Spa ZC0282BA21;
  - OPQ s.r.l. ZED282A8D8;
  - RCS Mediagroup S.p.a. Z15282A974;

- S.C.S. s.r.l. Pubblicità Z04282A9C6;
  - Fast Media snc Z12282A9A0;
- 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](http://www.univda.it), nella sezione denominata “Normativa”;

ritenuto di nominare quale responsabile del procedimento la dott.ssa Chiara Grobberio, funzionario dell’Ufficio Comunicazione e Infoweb 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 urgenza, opportunità e convenienza per disporre l’affidamento della fornitura in oggetto;

### **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 2019/2020 ed in particolare l’acquisto di:
    - n. 10 inserzioni (di cui 8 a pagamento e 2 omaggio) formato quarto di pagina super, rispettivamente sulle testate giornalistiche La Vallée notizie, Eco di Biella, La Nuova Provincia di Biella, Il Canavese (ediz. Rivarolo), La periferia di Chivasso, per un totale di n. 50 uscite;
    - n. 8 uscite formato mezza pagina sulla testata giornalistica La Sentinella del Canavese;
    - n. 7 uscite (di cui 5 a pagamento e 2 omaggio) formato quarto di pagina rispettivamente sulle testate giornalistiche Gazzetta Matin e su Weekend di Gazzetta Matin, per un totale di 14 uscite;
    - n. 6 uscite (di cui 5 a pagamento e 1 omaggio) formato quarto di pagina sulle testate giornalistiche Il Biellese e La Voce del Canavese, per un totale di 12 uscite;
    - n. 5 uscite formato Junior page su La Stampa ediz. Nord ovest che comporta l’uscita in contemporanea sulle pagine locali de La Stampa di Alessandria, Aosta, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Verbano Cusio Ossola e Vercelli;
    - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online [www.aostasera.it](http://www.aostasera.it), comprendente n. 3 pubbliredazionali (comprensivo di lancio Facebook), n. 1 formato “espandibile mobile” per n. 9 settimane su mobile (481.000 impression) e n. 1 formato 300x600 desktop e mobile per n. 8 settimane su display (392.000 impression), per un totale di 1.008.000 impression;
    - n. 2 campagne comprendenti n. 1 formato advertising 300x100 rispettivamente su [www.ansa.it/valledaosta](http://www.ansa.it/valledaosta) (impression 409.744) e su [www.ansa.it/piemonte](http://www.ansa.it/piemonte) (impression 757.623);
    - n. 1 campagna sulle testate giornalistiche metropolitane online del circuito CITYNEWS comprendente 1 native content, 1 post Facebook e 1 native box all site per 7 giorni per un totale di 3.186.302 impression, n. 1 campagna su [www.torinotoday.it](http://www.torinotoday.it) per n. 7 giorni comprendente n. 2 formati advertising in rotazione (“primo box” 300x250 sul canale mobile e “skin” 1366x600 sul canale desktop) per un totale di 175.221 impression;
    - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online [www.corriere.it](http://www.corriere.it) comprendente un formato advertising “MPU Top&Bottom” con profilazione “educational degree” per 5 settimane, per un totale di 2.000.000 di impression;
    - n. 1 campagna sul sito internet [www.masterin.it](http://www.masterin.it) comprendente n. 1 formato advertising 300x250 pixel per 30 giorni e due schede informative omaggio “Master Top” visibili in home page per una settimana;

- n. 1 campagna nazionale sui canali pc, tablet, mobile su tutte le pagine del network Manzoni tramite widget Taboola, per un totale di 13.000 click;
  - n. 2 campagne rispettivamente sulle testate giornalistiche online [www.lastampa.it/torino](http://www.lastampa.it/torino) e [www.torino.repubblica.it](http://www.torino.repubblica.it) comprendenti n. 1 formato advertising 300x250 pixel per 5 settimane, per un totale complessivo di 2.328.000 impression;
  - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online [www.skuela.net](http://www.skuela.net) comprendente n. 1 formato “Native Post” per 15 giorni composto da n. 1 editorial box, n. 1 advertising domination native post (nei formati skin, masthead e box 300x250), da lanci social su Facebook, Instagram stories e Twitter e da n. 1 newsletter; n. 1 “Meme” sui canali Facebook e Instagram; n. 1 formato advertising “skin all site” per 16 giorni per un totale di 2.000.000 di impression;
  - 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) comprendente per ciascuna emittente n. 6 spot da 30” al giorno per 67 giorni, per un totale di 2.010 spot;
  - n. 2 campagne radiofoniche sulle emittenti radio Radio Manila e Radio Fantastica comprendente su ognuna delle due emittenti n. 6 spot da 30” al giorno per 39 giorni, per un totale di 468 spot;
  - n. 1 campagna sul circuito radiofonico G.R.P. (Giornale Radio Piemonte) comprendente n. 8 spot da 30” al giorno per 39 giorni, per un totale di 312 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 è la Dott.ssa Chiara Grobberio, funzionario dell’Ufficio Comunicazione e Infoweb 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 tradizionali e web alla ditta concessionaria Publi(In) Srl, Via Campi 29/I, 23807 Merate (LC), P.IVA 01842780064, n. 10 inserzioni (di cui 8 a pagamento e 2 omaggio) formato quarto di pagina super rispettivamente su La Vallée notizie, Eco di Biella, La Nuova Provincia di Biella, Il Canavese (ediz. Rivarolo), La periferia di Chivasso; n. 1 campagna sulla testata giornalistica online [www.aostasera.it](http://www.aostasera.it), comprendente n. 3 pubbliredazionali (comprensivo di lancio Facebook), n. 1 formato “espandibile mobile” per n. 9 settimane su mobile (481.000 impression) e n. 1 formato 300x600 desktop e mobile per n. 8 settimane su display (392.000 impression), per un importo complessivo di euro 12.340,00 (dodicimilatrecentoquaranta/00) oltre all’IVA di legge - CIG ZD9282A85B;
  3. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 2, la spesa complessiva di euro 15.054,80 (quindicimilacinquantaquattro/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” per l’anno 2019, 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, n. 8 uscite formato mezza pagina su La Sentinella del Canavese, n. 5 uscite formato Junior page su La Stampa ediz. Nord ovest (comprendente le pagine locali de La Stampa di Alessandria, Aosta, Asti, Biella, Cuneo, Novara, Verbano Cusio Ossola, Vercelli), n. 1 campagna nazionale sui canali pc, tablet, mobile su tutte le pagine del network Manzoni tramite widget Taboola per un totale di 13.000 click, n. 2 campagne rispettivamente sulle testate giornalistiche online [www.lastampa.it/torino](http://www.lastampa.it/torino) e [www.torino.repubblica.it](http://www.torino.repubblica.it) comprendenti su ciascuna testata n. 1 formato advertising 300x250 pixel per 5 settimane, e n. 1 campagna radiofonica da n. 6 spot da 30” al giorno per 67 giorni sul circuito PK Pool Piemonte Valle d’Aosta (Radio Number One, Radio sportiva, Radio Nostalgia, Radio Cuore, 1one dance), per un importo complessivo di euro 36.352,00 (trentaseimilatrecentocinquantadue/00) oltre all’IVA di legge - CIG Z10282A916;

5. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 4, la spesa complessiva di euro 44.349,44 (quarantaquattromilatrecentoquarantanove/44) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale” per l’anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
6. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche web alla ditta Citynews S.p.A., Piazza Giacomo Matteotti 7, 80133 Napoli (NA), P.IVA 10786801000, n. 1 campagna sulle testate giornalistiche metropolitane online del circuito Today comprendente 1 native content, 1 post Facebook e 1 native box all site per 7 giorni per un totale di 3.186.302 impression, n. 1 campagna su www.torinotoday.it per n. 7 giorni comprendente n. 2 formati advertising in rotazione (“primo box” 300x250 sul canale mobile e “skin” 1366x600 sul canale desktop) per un totale di 175.221 impression, per un importo complessivo di euro 7.628,98 (settemilaseicentoventotto/98) oltre all’IVA di legge - CIG ZB8282A944;
7. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 6, la spesa complessiva di euro 9.307,36 (novemilatrecentosette/36) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale” per l’anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
8. 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, 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 importo complessivo di euro 1.500,00 (millecinquecento/00) oltre all’IVA di legge - CIG Z71282A8C2;
9. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 8, 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” per l’anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
10. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche alla ditta OPQ s.r.l., Via G.B. Pirelli 30, 20124 Milano (MI), P.IVA 11049250159, n. 6 uscite (di cui 5 a pagamento e 1 omaggio) formato quarto di pagina sulle testate giornalistiche Il Biellese e La Voce del Canavese, per un importo complessivo di euro 1.500,00 (millecinquecento/00) oltre all’IVA di legge - CIG ZED282A8D8;
11. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 10, 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” per l’anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
12. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche alla ditta Agenzia Nazionale Stampa Associata Società Cooperativa, Via della Dataria 94, 00187 Roma (RM), P.IVA 00876481003, n. 1 campagna web comprendente n. 1 formato advertising 300x100 su www.ansa.it/valledaosta (impression 409.744) e n. 1 campagna su www.ansa.it/piemonte (impression 757.623) per un importo complessivo di euro 2.918,42 (duemilanovecentodiciotto/42) oltre all’IVA di legge - CIG ZDF282B8AE;
13. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 12, la spesa complessiva di euro 3.560,47 (tremilacinquecentosessanta/47) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale” per l’anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
14. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche alla ditta Mercurius Network s.r.l., Via Valperga Caluso 30, 10125 Torino (TO), P.IVA 09477590013, n.

- 1 campagna web comprendente n. 1 formato advertising 300x250 pixel per 30 giorni e due schede informative omaggio "Master Top" visibili in home page per una settimana per un importo complessivo di euro 1.360,00 (milletrecentosessanta/00) oltre all'IVA di legge - CIG Z29282A9F1;
15. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 14, la spesa complessiva di euro 1.659,20 (milleseicentocinquantanove/20) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 "Promozione istituzionale" per l'anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
  16. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche alla ditta RCS Mediagroup S.p.a., Via Angelo Rizzoli 8, 20132 Milano (MI), P.IVA 12086540155, n. 1 campagna sulla testata giornalistica online [www.corriere.it](http://www.corriere.it) comprendente un formato advertising "MPU Top&Bottom" con profilazione "educational degree", per un importo complessivo di euro 10.200,00 (diecimiladuecento/00) oltre all'IVA di legge - CIG Z15282A974;
  17. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 16, la spesa complessiva di euro 12.444,00 (dodicimilaquattrocentoquarantaquattro/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" per l'anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
  18. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche web alla ditta Mediamond Spa, Via Bianca di Savoia 12, 20122 Milano (MI), P.IVA 06703540960, n. 1 campagna sulla testata giornalistica online [www.skuola.net](http://www.skuola.net) comprendente n. 1 formato "Native Post" per 15 giorni composto da n. 1 editorial box, n. 1 advertising domination post (nei formati skin, masthead e 300x250), da lanci social su Facebook, Instagram stories e Twitter e da n. 1 newsletter; n. 1 "Meme" sui canali Facebook e Instagram; n. 1 formato advertising "skin all site" per 15 giorni per un totale di 2.000.000 di impression, per un importo complessivo di euro 12.255,00 (dodicimiladuecentocinquantacinque/00) oltre all'IVA di legge - CIG ZC0282BA21;
  19. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 18, la spesa complessiva di euro 14.951,10 (quattordicimilanovecentocinquantuno/10) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 "Promozione istituzionale" per l'anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
  20. di affidare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche alla ditta Fast Media snc, Via Philips 13, 10091 Alpignano (TO), P.IVA 02946420011, n. 1 campagna radiofonica sulle emittenti Radio Manila e Radio Fantastica comprendente su ognuna delle due emittenti n. 6 spot al giorno per 39 giorni, per un totale di 468 spot, per un importo complessivo di euro 3.770,49 (tremilasettecentosettanta/49) oltre all'IVA di legge - CIG Z12282A9A0;
  21. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 20, la spesa complessiva di euro 4.600,00 (quattromilaseicento/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" per l'anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;
  22. 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, n. 1 campagna sul circuito radiofonico G.R.P. (Giornale Radio Piemonte) comprendente n. 8 spot da 30" al giorno per 39 giorni, per un totale di 312 spot per un importo complessivo di euro 3.500,00 (tremilacinquecento/00) oltre all'IVA di legge - CIG Z04282A9C6;
  23. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 22, la spesa complessiva di euro 4.270,00 (quattromiladuecentosettanta/00), 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" per l'anno 2019, che presenta la necessaria disponibilità;



24. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile;
25. di allegare le scritture contabili relative alle autorizzazioni di cui ai punti precedenti;
26. 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;
27. 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.
28. di pubblicare il presente provvedimento all'albo online di Ateneo.

Il Direttore generale  
Franco Vietti  
(sottoscritto digitalmente)

Allegati n. 11:

- Scritture contabili relative alle autorizzazioni.