



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

Provvedimento del Direttore generale

Oggetto: campagna di promozione istituzionale e orientamento universitario per l'anno accademico 2019/2020: acquisto di inserzioni promozionali su testate giornalistiche cartacee, online e radiofoniche (III parte). Autorizzazione alla spesa. CIG ZF825FFDAA

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. 82, adottata nella seduta del 22 dicembre 2017 (nonché i successivi atti di variazione), con la quale sono stati approvati il budget autorizzatorio per l'anno 2018 ed i relativi budget assegnati alle aree dirigenziali;

Ritenuto opportuno provvedere all'incremento della visibilità e la notorietà dell'istituzione universitaria e promuovere l'offerta formativa per il prossimo anno accademico anche al fine di supportare in modo coordinato le azioni di orientamento universitario svolte dall'Ateneo;

Richiamata inoltre la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 22, adottata nella seduta del 23 aprile 2018, avente ad oggetto "Determinazioni in merito all'offerta formativa per l'anno accademico 2018/2019";

Ritenuto necessario incrementare la visibilità e la notorietà dell'istituzione universitaria valdostana e promuovere l'offerta formativa per il prossimo anno accademico presso i potenziali destinatari, anche al fine di garantire l'esercizio del diritto allo studio nell'ambito delle azioni di orientamento in ingresso e di promozione istituzionale;

Considerato che la Commissione Orientamento di Ateneo, riunitasi in data 1° marzo 2018 alla presenza del Direttore generale, ha espresso l'indicazione di prevedere, nella seconda parte dell'anno, specifiche azioni di promozione istituzionale e orientamento universitario relativamente all'offerta formativa dell'Ateneo;

Ritenuto opportuno fornire gli strumenti di conoscenza per effettuare una scelta accurata e proficua in vista del percorso universitario ai potenziali studenti e in particolar modo agli allievi dell'ultimo anno delle scuole secondarie superiori che iniziano, proprio nel periodo invernale, a informarsi sui percorsi di studio offerti dai vari atenei;

Ritenuto opportuno concentrare le azioni di comunicazione e di rafforzamento dell'identità dell'Ateneo nella regione Piemonte, territorio immediatamente prossimo a quello della sede dell'Università, anche a supporto delle azioni di orientamento curate dalla Commissione Orientamento nelle scuole secondarie piemontesi nel periodo invernale;

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 nel periodo intercorrente tra dicembre 2018 e febbraio 2019;

Considerato che per l'attuazione di tale strategia comunicativa sono state individuate, a seguito di un'analisi dei dati disponibili riguardanti la diffusione dei mezzi a stampa, del traffico dei siti internet e degli ascolti delle emittenti radiofoniche rispetto al bacino geografico sopramenzionati, le seguenti azioni di promozione istituzionale:

- n. 5 uscite, formato Junior page mm 198x250, sulla testata giornalistica La Stampa ediz. Piemonte, Torino e Valle d'Aosta;
- n. 1 uscita, formato pagina intera con taglio grafico, sulla testata giornalistica La Stampa ediz. Piemonte, Torino e Valle d'Aosta;
- n. 1 campagna sulla testata giornalistica online torino.repubblica.it disponibile per pc, tablet e smartphone per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle in rotazione in home page e nelle pagine interne;
- n. 1 campagna sulla testata giornalistica online lastampa.it disponibile per tablet e smartphone con ottimizzazione AMP per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle e n. 1 formato advertising Masted in home page, con pressione al 50%;
- n. 1 campagna sull'App de ilmeteo.it disponibile per smartphone e tablet per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle in rotazione sulle pagine "Previsioni" di tutte le località di Piemonte e Valle d'Aosta;
- n. 1 campagna "Taboola" su tutti i siti del network AMC con diffusione nazionale, disponibile per pc, tablet e smartphone comprendente un box posizionato nella colonna di destra e al termine degli articoli pubblicati, per un totale di 2.300 click acquistati;

Atteso che il costo stimato della pianificazione promozionale ammonta ad euro 39.445,00 (trentanovemilaquattrocentoquarantacinque/00), calcolato sulla base dell'investimento effettuato nelle campagne precedenti e dei risultati ottenuti negli anni scorsi, comprensivi 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;

Viste le Linee Guida dell'Autorità Nazionale Anticorruzione n. 4, di attuazione del Decreto legislativo 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, aggiornate al Decreto Legislativo 19 aprile 2017, n. 56, con delibera del Consiglio n. 206, del 01 marzo 2018;

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.;

Preso atto che i servizi richiamati in elenco dalla lettera A alla lettera F sono offerti dalla ditta A. Manzoni & C. SpA, che risulta essere concessionaria esclusiva dei mezzi di comunicazione scelti per la pianificazione dei messaggi promozionali, come attestato dalla dichiarazione resa dalla concessionaria stessa agli atti con il n. prot univ. 13248/X04 del 20/11/2018;

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 del servizio in questione, con procedura semplificata per ragioni di efficacia, economicità e tempestività, alla ditta concessionaria A. Manzoni & C. SpA, via Nervesa 21, 20139 Milano, P.IVA 04705810150;

Visto il preventivo presentato dalla ditta fornitrice dei servizi suddetti: A. Manzoni & C., Prot. 13740/X04 del 12/06/2018;

Dato atto che l'offerta presentata dalla suddetta ditta rispetta le specifiche tecniche e i prezzi di mercato praticati per analoghi servizi e che pertanto sussistono le condizioni per poter considerare l'offerta congrua ed affidabile;

Ritenuto pertanto, di procedere all'affidamento diretto alla ditta concessionaria unica individuata, per un importo di euro 48.123,00 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 stato consultato il casellario dell'Autorità Nazionale Anticorruzione per la verifica dei requisiti di ordine generale;
- è stata verificata la regolarità contributiva della ditta A. Manzoni & C. tramite la piattaforma dedicata (DURC online): protocollo INAIL_13444445;
- è stata accertata l'iscrizione alla Camera di Commercio tramite apposita visura camerale acquisita agli atti di Ateneo;
- i servizi in oggetto non rientrano all'interno delle attività di cui all'art. 1 comma 52 della Legge n. 190/2012;
- 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 è stato attribuito il codice CIG ZF825FFDAA;
- 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 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 opportunità e convenienza per disporre l'affidamento della fornitura in oggetto;

decide

1. E' approvata la procedura di affidamento descritta in premessa stabilendo che:
 - l'oggetto del contratto riguarda la campagna di promozione istituzionale e orientamento universitario per l'anno accademico 2019/2020 ed in particolare l'acquisto di:
 - n. 5 uscite, formato Junior page mm 198x250, sulla testata giornalistica La Stampa ediz. Piemonte, Torino e Valle d'Aosta;
 - n. 1 uscita, formato pagina intera con taglio grafico, sulla testata giornalistica La Stampa ediz. Piemonte, Torino e Valle d'Aosta;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online torino.repubblica.it disponibile per pc, tablet e smartphone per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle in rotazione in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online lastampa.it disponibile su sito, app e smartphone per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle e n. 1 formato advertising Masted in home page, in rotazione con un altro cliente;

- n. 1 campagna sull'App de ilmeteo.it disponibile per smartphone e tablet per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle in rotazione sulle pagine Previsioni di tutte le località di Piemonte e Valle d'Aosta;
 - n. 1 campagna "Taboola" su tutti i siti del network AMC con diffusione nazionale e device pc, tablet e smartphone comprendente un box posizionato nella colonna di destra e al termine degli articoli pubblicati, per un totale di 2.300 click acquistati;
- 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. È affidato, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche web, carta e radio alla concessionaria A. Manzoni & C., via Nervesa 21 – 20139 Milano, P. IVA 04705810150, per un importo complessivo di euro 39.445,00 (trentanovemilaquattrocentoquarantecinq/00) oltre all'IVA di legge e nello specifico di:
- n. 5 uscite, formato Junior page mm 198x250, sulla testata giornalistica La Stampa ediz. Piemonte, Torino e Valle d'Aosta;
 - n. 1 uscita, formato pagina intera con taglio grafico, sulla testata giornalistica La Stampa ediz. Piemonte, Torino e Valle d'Aosta;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online torino.repubblica.it disponibile per pc, tablet e smartphone per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle in rotazione in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online lastampa.it disponibile su sito, app e smartphone per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle e n. 1 formato advertising Masted in home page, in rotazione con un altro cliente;
 - n. 1 campagna sull'App de ilmeteo.it disponibile per smartphone e tablet per n. 4 settimane, comprendente n. 1 formato advertising Big rectangle in rotazione sulle pagine Previsioni di tutte le località di Piemonte e Valle d'Aosta;
 - n. 1 campagna "Taboola" su tutti i siti del network AMC con diffusione nazionale e device pc, tablet e smartphone comprendente un box posizionato nella colonna di destra e al termine degli articoli pubblicati, per un totale di 2.300 click acquistati;
3. È autorizzata, per le finalità di cui al precedente punto 2, la spesa complessiva di euro 48.123,00 (quarantottomilacentotrentatré/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 2018, che presenta la necessaria disponibilità;
4. È dato atto che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile;
5. È allegata la scrittura contabile relativa all'autorizzazioni di cui al punto precedente n. 3;
6. È dato 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;

7. È pubblicato, 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 ed è dato atto 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.

Il Direttore generale
Franco Vietti
(firmato digitalmente)

All.: 1 scrittura contabile relativa all'autorizzazione alla spesa.