



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

Provvedimento del Direttore generale

Acquisto e gestione online di una campagna di promozione istituzionale sul social network Facebook per l'anno 2020 tramite la creazione di inserzioni e news sull'account Facebook Univda identificativo n. 161469097317244. Approvazione e autorizzazione della spesa. CIG: ZBB2CAD120.

IL DIRETTORE GENERALE

visto lo Statuto di Ateneo, nel testo vigente, ed in particolare l'articolo 25, secondo cui "l'Università attua ogni iniziativa diretta a facilitare l'orientamento alla scelta del corso di studio, la proficua collaborazione tra docenti e studenti per la prosecuzione degli studi e per la scelta della formazione post- universitaria";

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. 46 del 30 maggio 2019, con la quale è stato conferito l'incarico di Direttore Generale di Ateneo;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 151, adottata nella seduta del 20 dicembre 2019, concernente l'approvazione della composizione della Commissione Orientamento dell'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste;

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 dall'Università della Valle d'Aosta - Université de la Vallée d'Aoste";

considerato che richiamare la popolazione studentesca, anche oltre i confini regionali informandola circa l'offerta formativa a.a. 2020/2021 dell'Università rappresenta uno degli obiettivi previsti per le azioni di orientamento in ingresso e di promozione istituzionale;

ritenuto opportuno fornire al potenziale studente universitario gli strumenti di conoscenza per effettuare una scelta accurata e proficua in vista del proprio successo universitario, nonché informare lo studente circa la diversificazione dell'Università della Valle d'Aosta rispetto agli altri Atenei in termini di contenuti, approccio didattico, sviluppo delle conoscenze linguistiche, utilizzo delle più moderne tecnologie;

richiamate le decisioni assunte dalla Commissione Orientamento di Ateneo, nella seduta del 6 settembre 2019, in ordine alle proposte di allocazione delle risorse per l'anno 2020;

richiamato il Documento “Previsioni di budget per l’anno 2020” redatto dal Delegato Rettorale all’Orientamento e Placement Prof. Marco Alderighi su delega della Commissione Orientamento, in particolare per quanto concerne le macro-indicazioni relative alle attività di comunicazione e promozione di interesse della Commissione;

tenuto conto della proposta della Commissione di Orientamento di privilegiare i canali promozionali web e di attuare attività di comunicazione e promozione dell’Ateneo e dell’offerta formativa sui canali social durante tutto il corso dell’anno a partire dalla primavera sino alla data di scadenza per la presentazione delle domande di ammissione ai corsi oltre che nel periodo autunnale in occasione dello svolgimento dei saloni dell’orientamento universitario;

preso atto che, come dimostrano i questionari compilati da tutti gli ammessi all’a.a. 2019/2020, il 74,5% dei rispondenti durante la scelta del percorso universitario è venuto a contatto con gli strumenti di comunicazione dell’Università e in particolare che il canale web risulta il supporto più diffuso con un’incidenza dell’86,43%;

preso atto inoltre che, tra gli strumenti di comunicazione web, i potenziali studenti anche non residenti in Valle d’Aosta hanno ottenuto notizie sull’istituzione universitaria tramite i social network (17,44%), gli annunci online (11,97%), altri siti (0,4%) e il sito internet dell’Università (70,18%) e che il 91,30% dei nuovi immatricolati all’a.a. 2019/2020 utilizza i social network;

considerati inoltre i risultati ottenuti grazie all’attuazione di alcune iniziative di promozione istituzionale sul social network facebook negli anni scorsi finalizzate principalmente ad incrementare il numero di immatricolazioni per l’anno accademico di riferimento;

tenuto conto inoltre della proposta della Commissione di orientamento di svolgere attività informativa di rinforzo, tramite gli annunci a pagamento sui canali social facebook e instagram, rispetto alla partecipazione dell’Università ai saloni, alle visite e alle lezioni di orientamento dei percorsi di laurea triennali e magistrali a ciclo unico, che i docenti dell’Ateneo svolgono durante l’anno presso le istituzioni scolastiche superiori nei territori limitrofi;

preso atto che le modalità di attivazione e di gestione di una campagna sul social network facebook avvengono direttamente online tramite l’account dell’amministratore della pagina Facebook Univda - identificativo n. 161469097317244 - attraverso la creazione di inserzioni e news che prevedono un budget specifico costantemente monitorabile;

considerato inoltre che l’attivazione di una campagna sul social network facebook permette di definire in modo molto mirato il proprio target (età, posizione geografica, interessi, istruzione) e di stimare il numero di persone che saranno raggiunte dal messaggio, oltre che di decidere preventivamente un budget massimo giornaliero per ogni inserzione;

atteso che i costi della campagna saranno addebitati sulla base delle visualizzazioni che l’inserzione riceve (CPM ovvero costo per 1.000 visualizzazioni) e che l’importo massimo di ogni inserzione non potrà superare il budget giornaliero fissato;

visto che non è consentito il pagamento anticipato e cumulativo delle inserzioni e che le uniche modalità di pagamento previste sono tramite addebito su carta di credito, PayPal o conto online;

considerato inoltre che la frequenza e i tempi di fatturazione sono mensili o al raggiungimento di una determinata soglia e che tutte le fatture saranno visualizzabili e scaricabili direttamente online tramite l’account Facebook Univda;

atteso che il costo stimato degli annunci da acquistare sul canale facebook ammonta ad euro 3.300,00 (tremilatrecento/00), calcolato sulla base del totale degli investimenti disponibili per le attività di promozione istituzionale oltre che della previsione del fabbisogno annuale per la promozione in particolare dei percorsi di laurea magistrale, 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, prot. univ. n. 5742/X/04, del 7 luglio 2017, con il quale sono state approvate le modifiche alle procedure interne per l'acquisizione delle forniture di beni e servizi di importo inferiore a 40.000,00 euro, alla luce del D.lgs. 19 aprile 2017, n. 56, 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.;

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 ragione della specificità del servizio;

dato atto che:

- ai fini di assicurare la tracciabilità dei movimenti finanziari relativi ai rapporti contrattuali in ambito pubblico alla presente fornitura è stato attribuito il seguente codice CIG: ZBB2CAD120;
- 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 Federica Rollandin, funzionario dell'Ufficio Comunicazione e orientamento della Direzione generale di Ateneo;

ritenuto che sussistono le condizioni di opportunità e convenienza per disporre l'affidamento della fornitura in oggetto alla ditta Facebook Ireland Limited, 4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2, Ireland, VAT Reg. No. IE9692928F, per un importo di euro 4.026,00, comprensivo di tutti gli oneri e dell'Iva al 22%;

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

DECIDE

1. di approvare la procedura di acquisto e gestione online di una campagna promozionale istituzionale descritta in premessa stabilendo che:
 - l'oggetto del contratto riguarda l'acquisto di annunci sul canale facebook, da effettuarsi nel corso del 2020, finalizzati a fornire al potenziale studente universitario gli strumenti di conoscenza per effettuare una scelta accurata e proficua in vista del proprio successo universitario, nonché informare lo studente circa la diversificazione dell'offerta formativa dell'Università della Valle d'Aosta, per un importo di euro 3.300,00, calcolato sulla base del totale degli investimenti disponibili per le attività di promozione istituzionale oltre che della previsione del fabbisogno annuale per la promozione dei percorsi di studio, oltre all'Iva al 22%;
 - l'acquisizione della predetta fornitura è effettuata mediante l'affidamento diretto, ai sensi dell'articolo 36, comma 2, lettera a), del D.lgs n. 50 del 2016;
 - la stipula del contratto è disposta in modalità elettronica mediante scambio di corrispondenza secondo l'uso del commercio ai sensi dell'art. 32, comma 14, del D.lgs n. 50 del 2016;
2. di nominare quale responsabile del procedimento, la dott.ssa Federica Rollandin, funzionario dell'Ufficio Comunicazione e infoweb, della Direzione generale di Ateneo;
3. di approvare, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di inserzioni e news inerenti la promozione istituzionale dell'Ateneo da Facebook Ireland Limited, 4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2, Ireland, VAT Reg. No. IE9692928F per un importo complessivo di euro 3.300,00 (tremilatrecento/00) oltre all'Iva di legge, come sopra descritto;
4. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 1, la spesa complessiva di euro 4.026,00 (quattromilaventisei/00), comprensiva dell'Iva di legge, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG "Affari generali" CA.04.02.04.01.04 "Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l'orientamento universitario)" per l'anno 2020;
5. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile e di allegare la scrittura contabile connessa all'autorizzazione di spesa di cui al precedente punto 4;
6. di dare atto che alla liquidazione della spesa si provvederà tramite addebito diretto sulla carta di credito VISA 4532 2000 0743 8398 dell'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste intestata al Direttore generale, dott.ssa Lucia Ravagli Ceroni, e contestuale ricevimento di regolare fattura online sull'account dell'amministratore della pagina Facebook Univda, nel limite dell'importo autorizzato;
7. 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.
8. di pubblicare il presente provvedimento all'albo online di Ateneo.

IL DIRETTORE GENERALE
Lucia Ravagli Ceroni
(sottoscritto digitalmente)

All. n. 1: scrittura contabile.