



Prot. n. (vedere segnatura)

**Affidamento diretto ai sensi dell'art. 1, comma 2, lettera a) della Legge n. 120/2020 e ss.mm.ii.** (Conversione in legge, con modificazioni, del Decreto-legge 16 luglio 2020, n. 76, recante «Misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitale»), **dei servizi di comunicazione per la Direzione Generale di Ateneo – CIG: ZC93B7A152. 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;

vista la Legge 11 settembre 2020, n. 120 (Decreto Semplificazioni), recante “*Misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitale*”, nel testo vigente;

vista la Legge 29 luglio 2021, n. 108, recante “*Governance del Piano nazionale di ripresa e resilienza e prime misure di rafforzamento delle strutture amministrative e di accelerazione e snellimento delle procedure*”, nel testo vigente;

visto il Regolamento UE n. 679/2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati che abroga la direttiva europea n. 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati) e il successivo D.lgs. n. 101/2018 recante “*Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016*”;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 46, del 30 maggio 2019, con la quale è stato conferito l'incarico di Direttore Generale dell'Università della Valle d'Aosta;

considerato che è esigenza dell'Ateneo ricorrere ad un supporto specializzato per la sponsorizzazione sui canali social META, per la promozione su Google Ads e per la realizzazione di servizi di comunicazione ad integrazione delle attività degli uffici della Direzione generale, tenuto conto sia della complessità sia della continua evoluzione delle normative ad esse sottese;

considerato che i servizi di comunicazione a supporto della Direzione Generale di Ateneo ineriscono, a titolo esemplificativo e non esaustivo, alle attività di promozione, di seguito elencate:

1. Realizzazione di un piano di comunicazione che consideri i target da intercettare, i canali ritenuti più idonei per il raggiungimento degli obiettivi strategici e il budget indicati nel capitolato tecnico allegato e una proposta di attività da implementare. Il prospetto dovrà contemplare sia l'acquisto di spazi pubblicitari tradizionalmente intesi sia iniziative di comunicazione differenti (privilegiando soluzioni



innovative, collegate al target giovanile, particolari iniziative social, marketing non convenzionale, ecc..). Il piano dovrà presentare un elevato grado di dettaglio (indicazione della testata/sito/spazio/iniziativa social e sua tipologia/formato, n. uscite/impression/budget, tempistiche, eventuale geolocalizzazione) e che i prezzi considerati corrispondano al reale prezzo di mercato applicati agli enti o comunque non superiori a quelli già praticati all'Università della Valle d'Aosta dalle concessionarie pubblicitarie. Il piano sarà presentato e discusso con l'Ateneo ed eventualmente modificato/integrato di concerto tra Ateneo e Agenzia.

2. Realizzazione delle attività di comunicazione di cui al punto 1 e in particolare acquisto di spazi pubblicitari come da piano tramite le agenzie concessionarie dei vari mezzi stampa, radio, web, invio materiali e pianificazione dei calendari di pubblicazione/messa in onda.
3. 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 per le immatricolazioni; 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 (post/storie completi di immagini e testi o video, nel numero indicativo di 40, concentrati principalmente nel periodo estivo) saranno forniti dall'Ateneo. I target, la durata della sponsorizzazione e l'importo da attribuire a ciascun contenuto sponsorizzato saranno proposti dall'Affidatario e concordati con l'Ateneo.

Gli obiettivi delle attività 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. 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 alle esigenze dell'Ateneo al fine di promuovere il sito [www.univda.it](http://www.univda.it) e il sito [www.univda.it/benvenuti](http://www.univda.it/benvenuti).

4. Produzione di uno spot radiofonico da 30" o 60" (testi, voce, musica). Redazione testi (in accordo con l'Ateneo), casting voci (approvate dall'Ateneo), registrazione, post-produzione e distribuzione alle testate radiofoniche previste.
5. Monitoraggio e reportistica delle attività e dei risultati web e social e correzione in itinere degli interventi. L'operatore economico 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.



dato atto che nell'organico del personale attualmente in servizio nella Direzione generale dell'Ateneo non si rinvenivano figure professionali in possesso di siffatte specialistiche competenze;

considerato che, stante le peculiarità delle materie sopra citate, risulta urgente, al fine di realizzare una campagna promozionale per le immatricolazioni acquisire servizi di sponsorizzazione social e pianificazione pubblicitaria, contraddistinta da elevata specificità, tale da poter assicurare il supporto specialistico necessario;

considerato inoltre che, in merito alle procedure di affidamento di importo inferiore alle soglie comunitarie, l'art. 1, co. 1 e co. 2, lett. a) della legge n. 120/2020, così come modificato dalla legge n. 108/2021, stabilisce quanto segue:

art. 1, comma. 1

*“Al fine di incentivare gli investimenti pubblici nel settore delle infrastrutture e dei servizi pubblici, nonché al fine di far fronte alle ricadute economiche negative a seguito delle misure di contenimento e dell'emergenza sanitaria globale del COVID-19, in deroga agli articoli 36, comma 2, e 157, comma 2, del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, recante Codice dei contratti pubblici, si applicano le procedure di affidamento di cui ai commi 2, 3 e 4, qualora la determina a contrarre o altro atto di avvio del procedimento equivalente sia adottato **entro il 30 giugno 2023**. In tali casi, salve le ipotesi in cui la procedura sia sospesa per effetto di provvedimenti dell'autorità giudiziaria, l'aggiudicazione o l'individuazione definitiva del contraente avviene **entro il termine di due mesi** dalla data di adozione dell'atto di avvio del procedimento, aumentati a quattro mesi nei casi di cui al comma 2, lettera b). Il mancato rispetto dei termini di cui al secondo periodo, la mancata tempestiva stipulazione del contratto e il tardivo avvio dell'esecuzione dello stesso possono essere valutati ai fini della responsabilità del responsabile unico del procedimento per danno erariale e, qualora imputabili all'operatore economico, costituiscono causa di esclusione dell'operatore dalla procedura o di risoluzione del contratto per inadempimento che viene senza indugio dichiarata dalla stazione appaltante e opera di diritto.”*

art. 1, comma 2, lett. a

*“Fermo quanto previsto dagli articoli 37 e 38 del decreto legislativo n. 50 del 2016, le stazioni appaltanti procedono all'affidamento delle attività di esecuzione di lavori, servizi e forniture, nonché dei servizi di ingegneria e architettura, inclusa l'attività di progettazione, di importo inferiore alle soglie di cui all'articolo 35 del decreto legislativo n. 50 del 2016 secondo le seguenti modalità:*

*a) **affidamento diretto** per lavori di importo inferiore a 150.000 euro e per servizi e forniture, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, di importo inferiore a **139.000 euro**. In tali casi la stazione appaltante procede all'affidamento diretto, anche senza consultazione di più operatori economici, fermo restando il rispetto dei principi di cui all'articolo 30 del codice dei contratti pubblici di cui al decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, e l'esigenza che siano scelti soggetti in possesso di pregresse e documentate esperienze analoghe a quelle oggetto di affidamento, anche individuati tra coloro che risultano iscritti in elenchi o albi istituiti dalla stazione appaltante, comunque nel rispetto del principio di rotazione.”;*

richiamate le linee guida ANAC n. 4 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” al par. 4.3.1, chiariscono che: "In ottemperanza agli obblighi di motivazione del provvedimento amministrativo sanciti dalla legge 7 agosto 1990 n. 241 e al fine di assicurare la massima trasparenza, la stazione appaltante motiva in merito alla scelta dell'affidatario, dando dettagliatamente conto del possesso da parte dell'operatore economico selezionato dei requisiti richiesti nella determina a contrarre o nell'atto ad essa equivalente, della rispondenza di quanto offerto all'interesse pubblico che la stazione appaltante deve soddisfare, di eventuali caratteristiche migliorative offerte dall'affidatario, della congruità del prezzo in rapporto alla qualità della prestazione, nonché del rispetto del principio di rotazione. A tal fine, la stazione appaltante può ricorrere alla comparazione dei listini di mercato, di offerte precedenti per commesse identiche o analoghe o all'analisi dei prezzi praticati ad altre amministrazioni. In ogni caso, il confronto dei preventivi di spesa forniti da due o più operatori economici rappresenta una best practice anche alla luce del principio di concorrenza";



richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 106, adottata nella seduta del 20 dicembre 2022, con la quale sono stati approvati il bilancio unico di previsione annuale autorizzatorio per l'anno 2023 e il bilancio unico di previsione non autorizzatorio in contabilità finanziaria ed i relativi budget assegnati alle aree dirigenziali e alle strutture di ricerca e successive variazioni;

richiamato il Decreto-legge n. 76 del 16/07/2020, convertito in Legge n. 120/2020 estende l'applicabilità, nei limiti indicati, delle disposizioni concernenti l'affidamento diretto, ivi comprese le linee guida ANAC n. 4 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”*;

atteso che, ai sensi dell'art. 1, co. 449 e 450, secondo periodo, legge n. 296/2006 e ss.mm.ii., per gli acquisiti di importo inferiore alla soglia comunitaria, le istituzioni universitarie devono, alternativamente: ricorrere al Me.PA o ad altri mercati elettronici della centrale regionale di riferimento (PlaceVdA); avvalersi del sistema telematico della centrale regionale di riferimento ovvero, avvalersi delle convenzioni Consip o, in assenza di queste, ricorrere agli Accordi Quadro Consip/Me.VA (art. 55, comma 14, D.lgs. n. 50/2016);

preso atto che l'art. 36, co. 1, del D.lgs. n. 50/2016, come modificato dall'art. 8, comma 5, lettera 0a-bis), della legge n. 120 del 2020 stabilisce che *“l'affidamento e l'esecuzione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore alle soglie di cui all'articolo 35 avvengono nel rispetto dei principi di cui agli articoli 30, comma 1, 34 e 42, nonché del rispetto del principio di rotazione degli inviti e degli affidamenti e in modo da assicurare l'effettiva possibilità di partecipazione delle microimprese, piccole e medie imprese. [...]”*;

considerato che per poter individuare la soluzione più conveniente offerta dal mercato di settore per il soddisfacimento delle esigenze specifiche dell'Ateneo si è ritenuto opportuno avviare preliminarmente un'indagine di mercato tesa alla definizione della *“platea dei potenziali affidatari”* e all'individuazione degli operatori economici in possesso delle competenze necessarie per l'espletamento del servizio in oggetto mediante pubblicazione sulla piattaforma telematica PlaceVdA di Avviso di Manifestazione d'Interesse con contestuale richiesta di preventivo, propedeutica ad eventuale affidamento diretto ai sensi dell'art. 1 co. 2, lett. a) della Legge n. 120/2020, così come modificato dalla Legge n. 108/2021;

considerato inoltre che:

- l'Avviso di Manifestazione di Interesse è stato pubblicato in data 24 maggio 2023 sulla piattaforma telematica PlaceVdA, fascicolo di sistema n. FE006638, registro di sistema PI032354-23, con scadenza di presentazione della manifestazione di interesse e preventivo alle ore 12:00 del 5 giugno 2023;
- entro i termini di scadenza previsti sono pervenute le seguenti manifestazioni di interesse:

<b>NOME SOCIETÀ</b>	<b>DATA PRESENTAZIONE MANIFESTAZIONE</b>
Geb Software S.r.l.	31/05/2023
Pirene S.r.l.	03/06/2023
Officina.Tech S.r.l.	05/06/2023
Digitouch Marketing S.r.l.	05/06/2023
Prestia Alessandro	05/06/2023
Consorzio Turistico Val d'Ayas Monterosa	05/06/2023



- sono state analizzate le offerte pervenute sulla base dei criteri e degli elementi di valutazione stabiliti all'articolo 5 della Manifestazione di interesse;
- dal confronto comparativo tra le offerte pervenute l'operatore economico provvisto dei necessari requisiti qualitativi di capacità tecnico-professionali, esperienza e indipendenza, che ha formulato la migliore offerta in termini di rapporto qualità/prezzo, valutata la congruità rispetto alle condizioni tecnico-qualitative proposte, risulta essere la ditta Digitouch Marketing Srl, P.IVA 13004860154, con sede legale in Milano (MI), in Viale Vittorio Veneto 22, CAP 20124, avendo offerto un prezzo congruo in rapporto alla qualità della prestazione offerta, rilevabile dalle condizioni tecnico-qualitative proposte, nonché dall'esperienza e competenza desumibili dai curricula pari a euro 38.000 (trentottomila/00), oltre all'Iva di legge;

ritenuto pertanto di procedere all'affidamento diretto della fornitura del servizio in oggetto all'operatore economico Digitouch Marketing Srl, P.IVA 13004860154, con sede legale in Milano (MI), in Viale Vittorio Veneto 22, CAP 20124, per un importo complessivo di euro 46.360,00 (quarantaseimilatrecentosessanta/00), comprensivo dell'Iva di legge al 22%;

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 dalla ditta sopra citata;
- è stato consultato il casellario dell'Autorità Nazionale Anticorruzione per la verifica dei requisiti di ordine generale (prot. Univda n. 6087/X/04 del 4/4/23);
- è stata verificata la sussistenza dei requisiti di cui all'art. 80, comma 1, del D.lgs. 50/2016, (prot. Univda 10859/X/04 del 26/06/2023);
- è stata verificata la regolarità contributiva di Digitouch Marketing Srl, tramite la piattaforma dedicata (DURC online) – Protocollo INPS\_36472704 scadenza 17.10.23;
- è stata verificata tramite l'anagrafe tributaria – Direzione provinciale II Milano - Ufficio territoriale di Milano 3 - l'assenza di violazioni gravi anche non definitivamente accertate rispetto agli obblighi relativi al pagamento di imposte e tasse, ai sensi dell'art. 80, comma 4, del D.lgs. 50/2016, (prot. Univda 7642/X/04 del 08/05/2023);
- il pagamento della prestazione verrà effettuato previa verifica della regolarità della fornitura dei servizi, 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 seguente codice CIG ZC93B7A152;
- 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";

considerato, altresì, che la stipula del contratto per i servizi in oggetto 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. 50/2016;



## DECIDE

1. di approvare la procedura di affidamento diretto ai sensi dell'art. 1, comma 2, lettera a) della Legge n. 120/2020 e ss.mm.ii. descritta in premessa, dando atto che:
  - l'oggetto del contratto riguarda l'affidamento dei servizi di comunicazione per la Direzione Generale di Ateneo dell'Università della Valle d'Aosta, dalla sottoscrizione del contratto, fino al 31 dicembre 2023, con possibilità di rinnovo per ulteriori 24 mesi, a discrezione dell'Ateneo e alle medesime condizioni economiche e contrattuali, per un importo complessivo di euro 38.000,00 (trentottomila/00), oltre all'Iva di legge;
  - l'acquisizione del predetto servizio è effettuata mediante l'affidamento diretto, ai sensi dell'articolo 1, comma 2, lettera a), del D. L. 16 luglio 2020, n. 76, convertito, con modificazioni, dalla L. 11 settembre 2020, n. 120, come modificato dal D. L. 31 maggio 2021, n. 77
  - la stipula del contratto è disposta in modalità elettronica mediante il portale PlaCeVdA di IN.VA: S.p.A, ai sensi dell'art. 32, comma 14, del D.lgs. 50/2016;
  - l'Ateneo si riserva la possibilità di procedere all'avvio dell'esecuzione del contratto in via d'urgenza ai sensi del comma 8 dell'art. 32 del D.lgs. n.50/2016 e ss.mm.ii., del comma 1 lett. a) dell'art. 8 del D.L. n.76/2020, convertito, con modificazioni, dalla L. n. 120/2020;
  - di affidare, per le ragioni sopraesposte alla ditta Digitouch Marketing Srl, P.IVA 13004860154, con sede legale in Milano (MI), in Viale Vittorio Veneto 22, CAP 20124, i servizi di comunicazione a supporto della Direzione Generale di Ateneo, dalla sottoscrizione del contratto, fino al 31 dicembre 2023, con possibilità di rinnovo per ulteriori 24 mesi, a discrezione dell'Ateneo e alle medesime condizioni economiche e contrattuali, per un importo complessivo di euro 38.000,00 (trentottomila/00), oltre all'Iva di legge;
2. di approvare il disciplinare d'incarico allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale;
3. di nominare quale responsabile della procedura amministrativa la Dott.ssa Chiara Grobberio, funzionaria dell'Ufficio Comunicazione e orientamento della Direzione generale di Ateneo;
4. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 1, la spesa di euro 46.360,00 (quarantaseimilatrecentosessanta/00), Iva al 22% compresa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG – Direzione generale e staff CA.04.02.04.01.04 “*Promozione istituzionale*” per l'anno 2023, che presenta la necessaria disponibilità;
5. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile e di allegare la scrittura contabile relativa all'autorizzazione di cui al punto 4, per l'anno 2023;
6. di dare atto che la liquidazione delle fatture elettroniche avverrà previo esito positivo della regolarità del servizio 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. 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.



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

8. di pubblicare il presente provvedimento all'Albo online di Ateneo per un periodo di 30 giorni naturali e consecutivi.

Aosta lì (vedere segnatura protocollo)

IL DIRETTORE GENERALE

Lucia Ravagli Ceroni

*(sottoscritto digitalmente)*

*All. 1 - Scrittura contabile*

*All. 2 - Disciplinare*