



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 2019 tramite la creazione di inserzioni e news sull'account Facebook Univda identificativo n. 161469097317244. Approvazione e autorizzazione della spesa. CIG: Z6E2780EFE.

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;

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;

visto il Manuale di Contabilità e gestione, approvato con deliberazione del Consiglio dell'Università n. 84, del 22 dicembre 2017, 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*";

considerato che richiamare la popolazione studentesca, anche oltre i confini regionali e soprattutto in occasione dei Saloni di orientamento, ai quali l'Ateneo valdostano parteciperà a partire dalla primavera 2019, informandola circa l'offerta formativa a.a. 2019/2020 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;

richiamati gli esiti della Commissione di Orientamento, riunitasi in data 25 febbraio 2019, nel corso della quale sono state approvate le destinazioni dei saloni di orientamento per l'anno in corso, e la successiva riunione tenutasi in data 6 marzo 2019 tra la Commissione orientamento e il personale dell'Ufficio Comunicazione e infoweb e dell'Ufficio Sistemi informativi di Ateneo, nel corso della quale, sulla base della proposta di budget per l'anno 2019, relativamente alle attività di comunicazione e di promozione sono state condivise alcune macro indicazioni relative alla campagna istituzionale di comunicazione e promozione di Ateneo (radio, web, carta stampata e social);

tenuto conto della proposta della Commissione di Orientamento di utilizzare anche per il 2019 il budget destinato alle attività di comunicazione principalmente per la promozione dei percorsi di laurea magistrale in Lingue e culture per la promozione delle aree montane (LM-37) e in Economia e politiche del territorio e dell'impresa (LM-56);

preso atto che, come dimostrano i questionari compilati da tutti gli ammessi all'a.a. 2018/2019, il 100% 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'88,97%, valore in linea rispetto allo scorso anno;

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 (17,08%), gli annunci online (9,79%), altri siti (1,14%) e il sito internet dell'Università (71,98%) e che il 91,16% dei nuovi immatricolati all'a.a. 2018/2019 utilizza i social network;

considerati inoltre gli incoraggianti 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 della richiesta del Delegato Rettorale per l'Orientamento e il Placement, condivisa dalla Commissione orientamento, il quale ha preso in considerazione, a seguito dei buoni risultati delle campagne condotte la scorsa estate, la proposta di promuovere l'offerta formativa dell'Ateneo, e in particolar modo i corsi di laurea magistrale in Lingue e culture per la promozione delle aree montane (LM-37) e in Economia e politiche del territorio e dell'impresa (LM-56), attraverso gli annunci a pagamento sui canali social facebook e instagram a partire dalla prossima primavera sino alla data di scadenza per la presentazione delle domande di ammissione;

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 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 o PayPal;

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 7.300,00 (settemilatrecento/00), calcolato sulla base dell'investimento effettuato nelle campagne precedenti e dei risultati ottenuti negli anni scorsi oltre che della previsione del fabbisogno annuale per la promozione in particolare dei percorsi di laurea magistrale e delle lezioni di orientamento nelle scuole secondarie superiori, 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;

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 ragioni di economicità, efficacia, proporzionalità nonché di tempestività;

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: Z6E2780EFE;
- 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 infoweb, 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 8.906,00, comprensivo di tutti gli oneri e dell'Iva al 22%;

preso atto che il presente provvedimento è soggetto a visto di regolarità contabile;

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 2019, 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 e in particolare riguardo ai percorsi di laurea magistrale, per un importo di euro 7.300,00, calcolato sulla base dell'investimento effettuato nelle campagne precedenti e dei risultati ottenuti negli anni scorsi oltre che della previsione del fabbisogno annuale per la promozione in particolare dei percorsi di laurea magistrale e delle lezioni di orientamento nelle scuole superiori secondarie, 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 7.300,00 (settemilatrecento/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 8.906,00 (ottomilanovecentosei/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 2019;
 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 0444 3185 dell'Università della Valle d'Aosta – Université de la Vallée d'Aoste intestata al Direttore generale, dott. Franco Vietti, 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

Franco Vietti

Sottoscritto digitalmente

Allegati:

- scrittura contabile relativa all'autorizzazione.