

Università della Valle d'Aosta Université de la Vallée d'Aoste

Strada Cappuccini, n. 2 A- 11100 AOSTA
Tel. 0165/306711 Fax 0165/30749

2 A, Chemin des Capucins - 11100 AOSTE
Tél. 0165/306711 Fax 0165/32835

Codice fiscale n. 91041130070

OGGETTO: CAMPAGNA DI PROMOZIONE ISTITUZIONALE E ORIENTAMENTO UNIVERSITARIO PER L'ANNO ACCADEMICO 2018/2019: ACQUISTO DI INSERZIONI PROMOZIONALI SU TESTATE GIORNALISTICHE CARTACEE, ONLINE E RADIOFONICHE (II PARTE). 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;

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;

RICHIAMATA la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 9, adottata nella seduta del 5 aprile 2018, avente ad oggetto "Determinazioni in merito agli accessi ai diversi corsi di studio attivati, per l'anno accademico 2018/2019, presso l'Università della Valle d'Aosta - Université de la Vallée d'Aoste,";

RICHIAMATO il decreto rettorale n. 32 del 19 aprile 2018 avente ad oggetto "Approvazione ed emanazione dei bandi e degli avvisi per l'ammissione degli studenti ai corsi di studio attivati presso l'Università della Valle d'Aosta - Université de la Vallée d'Aoste - Anno accademico 2018/ 2019";

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;

RITENUTO pertanto opportuno fornire al potenziale studente, in particolare a seguito dell'emanazione dei bandi di ammissioni per il prossimo anno accademico, gli strumenti di conoscenza per effettuare una scelta accurata e proficua in vista del proprio successo universitario, nonché informarlo circa la diversificazione dell'Università della Valle d'Aosta rispetto agli altri Atenei in termini di contenuti, approccio didattico e sviluppo delle conoscenze linguistiche;

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 ai corsi di laurea triennali e a ciclo unico;

UDITO il Coordinatore della commissione di orientamento dell'Ateneo, prof. Marco Alderighi, il quale ha indicato la necessità di concentrare le azioni di promozione verso il target di giovani residenti nei bacini geografici comprendenti la Valle d'Aosta, la Liguria, il Piemonte con particolare riferimento al Canavese e alle province limitrofe alla Valle d'Aosta;

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 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, il traffico dei siti internet e gli ascolti delle emittenti radiofoniche rispetto ai bacini geografici sopramenzionati, le seguenti azioni di promozione istituzionale:

- a) n. 1 campagna sulla testata giornalistica online lastampa.it/torino per n. 6 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
- b) n. 1 campagna sulla testata giornalistica online torino.repubblica.it per n. 6 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
- c) n. 1 campagna sulla testata giornalistica online palermo.repubblica.it per n. 3 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
- d) n. 1 campagna sull'App de ilmeteo.it per n. 8 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 sulle pagine Previsioni di Aosta e di tutti i comuni di pertinenza;
- e) n. 1 campagna "Taboola" su tutti i siti del network Manzoni con diffusione nazionale e device pc, tablet e mobile/smartphone comprendente un box posizionato nella colonna di destra al termine degli articoli pubblicati per un totale di 9.000 click acquistati;
- f) n. 5 inserzioni su La Sentinella del Canavese formato quarto di pagina;
- g) n. 1 campagna sul circuito radiofonico RADIO FM POOL comprendente:
 - n. 5 spot da 30" al giorno per 33 giorni sulle emittenti Radio Number One, Radio Nostalgia, Radio Sportiva, Radio Cuore e One Dance con diffusione Piemonte e Valle d'Aosta, per un totale di 825 spot;
 - n. 5 spot da 30" al giorno per 23 giorni sulle emittenti Radio Number One, Radio Nostalgia, Radio Sportiva, Radio 19 e One Dance con diffusione Liguria, per un totale di 575 spot;
- h) n. 1 campagna sul portale per gli studenti di informazione e orientamento universitario skoola.net, comprendente n. 1 formato advertising skin per n. 2 settimane nel periodo della Maturità per un totale di 458.300 impressions;
- i) n. 4 inserzioni (pacchetto 3+1) rispettivamente su Gazzetta Matin e Gazzetta Matin Weekend formato quarto di pagina;

ATTESO che il costo stimato della pianificazione promozionale ammonta ad euro 33.632,94 (trentatremilaseicentotrentadue/94), 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, 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.;

CONSIDERATO che le ditte coinvolte nei servizi richiamati in elenco dalla lettera A alla lettera I sono concessionarie esclusive dei mezzi di comunicazione scelti per la pianificazione dei messaggi promozionali, come attestato dalle dichiarazioni rese dalle concessionarie stesse agli atti con il n. prot univ. 6867/X04 del 12/06/2018 (Manzoni), n. prot univ. 6897/X04 del 12/06/2018 (LG Presse), n. prot univ. 7180/X04 del 20/06/2018 (Mediamond);

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, alle ditte di seguito elencate:

- concessionaria A. Manzoni & C. via Nervesa 21, 20139 Milano, P.IVA 04705810150 (con riferimento dalla lettera A) alla lettera G);
- concessionaria Mediamond S.p.A., via Bianca di Savoia 12, 20122 Milano, P. IVA 06703540960 (con riferimento alla lettera H);
- ditta LG Presse s.r.l., via B. Festaz 52, 11100 Aosta, P.IVA 01141020071 (con riferimento alla lettera I).

VISTI i preventivi presentati dalle ditte fornitrici dei servizi suddetti: A. Manzoni & C., Prot. 6864/X04 del 12/06/2018 (con riferimento dalla lettera A) alla G); Mediamond S.p.A., Prot. 7179/X04 del 20/06/2018 (con riferimento alla lettera H); LG Presse s.r.l., Prot. 5084/X04 del 24/04/2018 (con riferimento alla lettera I);

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 41.032,19 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 delle ditte tramite la piattaforma dedicata (DURC online):
 - A. Manzoni & C., Protocollo INPS_11072910;
 - Mediamond S.p.A., Protocollo INAIL_9748100;
 - LG Presse s.r.l., Protocollo INPS_9897518;
- 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 sono stati attribuiti i seguenti codici CIG:
 - A. Manzoni & C., CIG Z7523EC9F8;
 - Mediamond S.p.A., CIG ZD423ECA15;
 - LG Presse s.r.l., CIG Z6B23ECA37;
- 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 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 2018/2019 ed in particolare l'acquisto di:
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online lastampa.it/torino per n. 6 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online torino.repubblica.it per n. 6 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online palermo.repubblica.it per n. 3 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sull'App de ilmeteo.it per n. 8 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 sulle pagine Previsioni di Aosta e di tutti i comuni di pertinenza;
 - n. 1 campagna "Taboola" su tutti i siti del network Manzoni con diffusione nazionale e device pc, tablet e mobile/smartphone comprendente un box posizionato nella colonna di destra al termine degli articoli pubblicati per un totale di 9.000 click acquistati;
 - n. 5 inserzioni su La Sentinella del Canavese formato quarto di pagina;

- n. 1 campagna sul circuito radiofonico RADIO FM POOL comprendente: n. 5 spot da 30" al giorno per 33 giorni sulle emittenti Radio Number One, Radio Nostalgia, Radio Sportiva, Radio Cuore e One Dance con diffusione Piemonte e Valle d'Aosta, per un totale di 825 spot; n. 5 spot da 30" al giorno per 23 giorni sulle emittenti Radio Number One, Radio Nostalgia, Radio Sportiva, Radio 19 e One Dance con diffusione Liguria, per un totale di 575 spot;
 - n. 1 campagna sul portale per gli studenti di informazione e orientamento universitario skuola.net, comprendente n. 1 formato advertising skin per n. 2 settimane nel periodo della Maturità per un totale di 458.300 impressions;
 - n. 4 inserzioni (pacchetto 3+1) rispettivamente su Gazzetta Matin e Gazzetta Matin Weekend formato quarto di pagina;
- 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 web, carta e radio alla concessionaria A. Manzoni & C., via Nervesa 21 – 20139 Milano, P. IVA 04705810150, e nello specifico:
- n. 1 campagna sulla testata giornalistica online lastampa.it/torino per n. 6 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online torino.repubblica.it per n. 6 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica online palermo.repubblica.it per n. 3 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 in home page e nelle pagine interne;
 - n. 1 campagna sull'App de ilmeteo.it per n. 8 settimane comprendente n. 1 formato advertising in rotazione 300x250 sulle pagine Previsioni di Aosta e di tutti i comuni di pertinenza;
 - n. 1 campagna "Taboola" su tutti i siti del network Manzoni con diffusione nazionale e device pc, tablet e mobile/smartphone comprendente un box posizionato nella colonna di destra al termine degli articoli pubblicati per un totale di 9.000 click acquistati;
 - n. 1 campagna sulla testata giornalistica La Sentinella del Canavese per n. 5 inserzioni formato quarto di pagina 135x200 mm;
 - n. 1 campagna radio comprendente n. 5 spot da 30" al giorno per n. 33 giorni sulle emittenti Radio Number One, Radio Nostalgia, Radio Sportiva, Radio Cuore e One Dance con diffusione Piemonte e Valle d'Aosta, per un totale di 825 spot e n. 5 spot da 30" al giorno per n. 23 giorni sulle emittenti Radio Number One, Radio Nostalgia, Radio Sportiva, Radio 19 e One Dance con diffusione Liguria, per un totale di 575 spot;
- per un importo complessivo di euro 27.733,00 (ventisettemilasettecentotrentatre/00) oltre all'IVA di legge – CIG Z7523EC9F8;
3. DI AUTORIZZARE, per le finalità di cui al precedente punto 2, la spesa complessiva di euro 33.834,26 (trentatremilaottocentotrentaquattro/26) 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. DI AFFIDARE, per le ragioni sopraesposte, l'acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche web all'agenzia Mediamond S.p.A., via Bianca di Savoia 12 – 20122 Milano, P. IVA 06703540960, e nello specifico n. 1 campagna sul portale per gli studenti di informazione e orientamento universitario Skuola.net, comprendente n. 1 formato advertising skin per n. 2 settimane nel periodo della maturità, per un totale di 458.300 impressions per un importo

complessivo di euro 4.999,94 (quattromilanovecentonovantanove/94) oltre all'IVA di legge – CIG ZD423ECA15;

5. DI AUTORIZZARE, per le finalità di cui al precedente punto 4, la spesa complessiva di euro 6.099,93 (seimilanovantanove/93) 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;
6. DI AFFIDARE, per le ragioni sopraesposte, l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche cartacee alla ditta LG Presse s.r.l., via B. Festaz 52 – 11100 Aosta, P. IVA 01141020071, e nello specifico n. 4 inserzioni (pacchetto 3 uscite + 1 omaggio) rispettivamente su Gazzetta Matin e Gazzetta Matin Weekend per un totale di 8 spazi formato quarto di pagina, per un importo complessivo di euro 900,00 (novecento/00) oltre all’IVA di legge – CIG Z6B23ECA37;
7. DI AUTORIZZARE, per le finalità di cui al precedente punto 6, la spesa complessiva di euro 1.098,00 (millenovantotto/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;
8. DI DARE ATTO che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile;
9. DI ALLEGARE le scritture contabili relative alle autorizzazioni di cui ai punti precedenti 3, 5 e 7;
10. 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;
11. 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.

Il Responsabile del Procedimento
Chiara Grobberio

Il Direttore generale
Franco Vietti
(firmato digitalmente)

Allegati n. 3:

- scritture contabili relative alle autorizzazioni.