



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

Provvedimento del Direttore generale

Campagna di promozione istituzionale e orientamento universitario per l'anno accademico 2021/2022: acquisto di servizi promozionali su testate giornalistiche cartacee, online ed emittenti radiofoniche. CIG: Z0D3206EB0 - Publi(In), ZD33206F1C - LG Presse s.r.l., ZCD3206F74 - A. Manzoni & C. Spa, Z063206FBE - S.C.S. s.r.l. Pubblicità, Z833207019 - Mediamond, Z22320706D - Citynews Spa, ZB132070BB - Opera Pia delle Missioni. 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;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 97, adottata nella seduta del 21 dicembre 2020, con la quale sono stati approvati il bilancio unico di previsione annuale autorizzatorio per l'anno 2021, del bilancio unico di previsione triennale non autorizzatorio 2021/2023 in contabilità economico-patrimoniale (COEP) e del bilancio unico di previsione non autorizzatorio in contabilità finanziaria, nonché successivi atti di variazione;

richiamata la deliberazione del Consiglio dell'Università n. 42, adottata nella seduta del 24 maggio 2021, avente ad oggetto "Determinazioni in merito ai bandi per l'ammissione e all'avviso per l'immatricolazione ai corsi di studio attivati presso l'Università della Valle d'Aosta - Université de la Vallée d'Aoste, per l'anno accademico 2021/2022";

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 – Université de la Vallée d'Aoste;

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;

ritenuto opportuno realizzare una campagna di promozione delle immatricolazioni per l'anno accademico 2021/2022, con la quale perseguire un duplice obiettivo che prevede da un lato l'incremento della visibilità e della notorietà dell'istituzione universitaria valdostana con un'azione di

consolidamento del brand “Università della Valle d’Aosta” nella Regione Valle d’Aosta nei territori limitrofi, e, dall’altro, l’offerta di adeguate informazioni circa l’offerta formativa e i servizi erogati dall’Ateneo per il prossimo anno accademico;

ritenuto necessario, al fine di perseguire il secondo obiettivo suesposto e di garantire l’esercizio del diritto allo studio, fornire al potenziale studente gli strumenti conoscitivi per effettuare una scelta accurata e proficua in vista della propria carriera universitaria, nonché informare circa la diversificazione dell’Università della Valle d’Aosta rispetto agli altri Atenei in termini di opportunità di servizi di orientamento e tutorato, contenuti, approccio didattico, opportunità di mobilità all’estero per studio e stage e sviluppo delle conoscenze linguistiche;

udito il parere della delegata rettorale all’orientamento e alla comunicazione prof.ssa Anna Maria Alessandra Merlo, in merito alla proposta di strutturazione della campagna di promozione istituzionale e orientamento universitario per l’anno accademico 2021/2022;

ritenuto opportuno, al fine di raggiungere gli obiettivi sopra esposti, prevedere annunci informativi e promozionali su mezzi di comunicazione cartacei, radiofonici e digitali;

considerato che i competenti uffici della Direzione generale hanno svolto apposita istruttoria concernente l’analisi dei dati disponibili riguardanti la diffusione delle testate giornalistiche, il traffico dei siti web e gli ascolti delle emittenti radiofoniche nonché l’analisi dei dati sui risultati delle azioni di promozione intraprese dall’Ateneo lo scorso anno;

considerato che, alla luce delle risultanze dell’analisi dei dati e del parere espresso dalla delegata rettorale, è stato stimato commisurato agli obiettivi proporre azioni di promozione crossmediale su differenti media, nello specifico su testate giornalistiche online e offline, su emittenti radiofoniche e social network;

atteso che il costo complessivo stimato della pianificazione promozionale ammonta ad euro 58.396,80 (cinquantottomilatrecentonovantasei/80), calcolato sulla base degli investimenti effettuati negli anni scorsi oltre che sulla previsione del fabbisogno annuale per la promozione dell’Ateneo individuata in sede di approvazione del bilancio, comprensivo di tutti gli oneri oltre all’IVA di legge al 22%, da ripartire su più ditte concessionarie uniche di pubblicità sui mezzi di comunicazione individuati per la promozione;

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 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;

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;

visto l'art. 1, comma 2, lett. a) delle Legge n. 120 del 2020 che consente, per affidamenti di servizi e forniture di importo inferiore a 75.000,00 euro, il ricorso all'affidamento diretto anche senza previa consultazione di due o più operatori economici;

ritenuto, pertanto, di ricorrere all'affidamento diretto per la fornitura sopra citata, ai sensi dell'articolo 1, comma 2, lettera a), delle Legge n. 120 del 2020, per ragioni di economicità, efficacia, proporzionalità nonché di tempestività, oltre che per la specificità che caratterizza l'attività di promozione in oggetto;

preso atto che l'articolo 36, comma 2, lettera a), del D.lgs. n. 50/2016 prevede l'affidamento diretto per la fornitura dei servizi per ragioni di economicità, efficacia, proporzionalità nonché di tempestività;

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 sono concessionarie esclusive dei mezzi di comunicazione scelti per la pianificazione dei messaggi promozionali, come espressamente formalizzato con autodichiarazioni assunte agli atti dall'Ateneo;

atteso che, alla luce di quanto sopra esposto, si è proceduto a richiedere la formulazione di un preventivo per la fornitura dei servizi in questione, con procedura semplificata per ragioni di efficacia, economicità e tempestività, alle ditte:

- Publi(In) s.r.l., P.IVA 01842780064, con sede legale in Via Campi 29/1 – 23807 Merate (LC);
- LG Presse s.r.l., P.IVA 01141020071, con sede legale in Via B. Festaz 52, 11100, Aosta (AO);
- Manzoni & C. Spa, P.IVA 04705810150, con sede legale in Via Ernesto Lugaro 15, 10126, Torino (TO);
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, P.IVA 03970060012, con sede legale in Corso Filippo Brunelleschi 7/17, 10141, Torino (TO);
- Mediamond, P.IVA 06703540960, con sede legale in Via Bianca di Savoia 12, 20122, Milano (MI);
- Citynews Spa, P.IVA 10786801000, con sede legale in Via Cornelio Celso 4, 80010, Napoli (NA);
- Opera Pia delle Missioni, P.IVA 00125220079, con sede legale in Via Mons. De Sales 3/A, 11100, Aosta (AO);

visti i preventivi presentati dalle ditte per la fornitura dei servizi suddetti:

- Publi(In) s.r.l., P.IVA 01842780064, agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 8502/X/04 del 01/06/2021;
- LG Presse s.r.l., agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 6837/X/04 del 03/05/2021;
- Manzoni & C. Spa, agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 8726/X/04 del 03/06/2021;
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 8871/X/04 del 07/06/2021;
- Mediamond, agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 9287/X/04 del 14/06/2021;
- Citynews Spa, agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 8519/X/04 del 01/06/2021;
- Opera Pia delle Missioni, agli atti di Ateneo al prot. univ. n. 7073/X/04 del 07/05/2021;

dato atto che le offerte presentate dalle suddette ditte rispettano le specifiche tecniche e i prezzi di mercato praticati per analoghi servizi risultano in linea rispetto ai costi per servizi analoghi sostenuti

dall'Ateneo in anni precedenti e che pertanto sussistono le condizioni per poter considerare le offerte congrue ed affidabili;

ritenuto, pertanto, di procedere all'affidamento diretto alle sette ditte concessionarie uniche individuate, per un importo complessivo di euro 71.244,10 (settantunomiladuecentoquarantaquattro/10) comprensivo di tutti gli oneri e dell'IVA di legge al 22% inclusa, così ripartito:

- Publi(In) s.r.l., P.IVA 01842780064, per un importo pari a 10.187,00 euro comprensiva degli oneri e dell'IVA di legge al 22%;
- LG Presse s.r.l., P.IVA 01141020071, per un importo pari a 1.830,00 euro comprensiva degli oneri e dell'IVA di legge al 22%;
- Manzoni & C. Spa, P.IVA 04705810150, per un importo pari a 30.830,28 euro comprensiva degli oneri e dell'IVA di legge al 22%;
- S.C.S. s.r.l. Pubblicità, P.IVA 03970060012, per un importo pari a 3.411,22 euro comprensiva degli oneri e dell'IVA di legge al 22%;
- Mediamond, P.IVA 06703540960, per un importo pari a 19.520,00 euro comprensiva degli oneri e dell'IVA di legge al 22%;
- Citynews Spa, P.IVA 10786801000, per un importo pari a 4.880,00 euro comprensiva degli oneri e dell'IVA di legge al 22%;
- Opera Pia delle Missioni, P.IVA 00125220079, per un importo pari a 585,60 euro comprensiva degli oneri e 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 dalle ditte sopracitate;
- è stata verificata la regolarità contributiva delle ditte tramite la piattaforma dedicata (DURC online):
 - Publi(In) s.r.l., Protocollo INPS 25178055 con scadenza 02/07/2021;
 - LG Presse s.r.l., Protocollo INAIL 26468900 con scadenza 03/07/2021;
 - A. Manzoni & C. Spa, Protocollo INPS 26511534 con scadenza 09/10/2021;
 - S.C.S. s.r.l. Pubblicità, Protocollo INAIL 26873001 con scadenza 28/07/2021;
 - Mediamond, Protocollo INAIL 26619033 con scadenza 13/07/2021;
 - Citynews Spa, Protocollo INAIL 26351673 con scadenza 25/06/2021;
 - Opera Pia delle Missioni, Protocollo INPS 25282174 con scadenza 08/07/2021;
- è stata accertata l'iscrizione alla Camera di Commercio delle ditte sopracitate tramite apposita visura camerale;
- è stato consultato il casellario dell'Autorità Nazionale Anticorruzione delle ditte sopracitate per la verifica dei requisiti di ordine generale;
- 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:
 - Publi(In) s.r.l. CIG: Z0D3206EB0;
 - LG Presse s.r.l. CIG: ZD33206F1C;
 - A. Manzoni & C. Spa CIG: ZCD3206F74;
 - S.C.S. s.r.l. Pubblicità CIG: Z063206FBE;
 - Mediamond CIG: Z833207019;
 - Citynews Spa CIG: Z22320706D;
 - Opera Pia delle Missioni CIG: ZB132070BB;
- 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 amministrativo la dott.ssa Chiara Grobberio, funzionario dell'Ufficio Comunicazione e Orientamento della Direzione generale di Ateneo;

considerato, altresì, che 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;

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

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 2021/2022 ed in particolare l'acquisto di:
 - n. 8 inserzioni (più 2 in omaggio) formato super quarto di pagina sulla testata giornalistica La Vallée Notizie per un totale di n. 10 uscite;
 - n. 1 campagna promozionale sulla testata giornalistica online www.aostasera.it, comprendente n. 5 pubbliredazionali (comprensivi di lancio su Facebook), n. 1 banner formato rettangolare per n. 4 settimane e n. 1 "In article box" per n. 4 settimane con una pressione del 40% calcolata sulla media di 2.350.000 visite/mese e n. 5 Instagram Story per n. 10 giorni;
 - n. 5 inserzioni (più 2 in omaggio) formato quarto di pagina sulla testata giornalistica Gazzetta Matin con replica sull'edizione Weekend per un totale di n. 14 uscite;
 - n. 4 inserzioni formato mezza pagina sulla testata giornalistica La Stampa (Edizione Nord Ovest: Valle d'Aosta e Piemonte, esclusa la città di Torino) e n. 2 inserzioni (Edizione Nord Ovest: Valle d'Aosta, Liguria e Piemonte, esclusa la città di Torino) per un totale di n. 6 uscite;
 - n. 6 inserzioni formato mezza pagina sulla testata giornalistica La Sentinella del Canavese;
 - n. 1 campagna promozionale sulla testata giornalistica online www.torino.repubblica.it con il pacchetto di inserzioni crossmediali "domination" per n. 5 settimane per un totale di 2.500.000 impression;
 - n. 1 campagna radiofonica sul circuito radiofonico PK (Radio Pool Piemonte comprendente Number One, Nostalgia, Sportiva, Lattemiele, 1one Dance e Cuore) composta da n. 8 Spot da 30" al giorno per n. 2 settimane e 2 giorni e n. 8 Spot da 20" al giorno per n. 5 settimane e 4 giorni per un totale di 2.640 Spot;
 - n. 1 campagna social gestita dall'account Repubblica.it, geolocalizzato Piemonte, con "Branded Story" per un totale di 163.000 visualizzazioni;
 - n. 1 campagna radiofonica su G.R.P. - Giornale Radio Piemonte composta da n. 8 Spot al giorno da 30" per n. 2 settimane e n. 8 Spot al giorno da 20" per n. 3 settimane per un totale di 280 Spot;
 - n. 1 campagna promozionale crossmediale sulla testata giornalistica online www.torinotoday.it, comprendente n. 1 formato "medium rectangle" per n. 7 giorni per un totale di 281.750 impression e n. 1 formato "skin" per n. 7 giorni per un totale di 315.525 impression;

- n. 1 campagna sulla testata giornalistica online www.skuela.net comprendente n. 1 formato “native post” composto da un editorial box per n. 28 giorni con 10.000 visualizzazioni garantite, comprensivo di lancio sui profili social Facebook e Instagram e invio tramite newsletter a 60.000 utenti, n. 2 “social ads” da 6.000 click, n. 2 “Instagram Story Set” in evidenza per n. 14 giorni con un target di 100.000 view minime garantite, n. 1 formato comprendente “skin” e “masthead” per 500.000 impression più uno in omaggio per un totale di 1.000.000 di impression;
 - n. 4 inserzioni formato mezza pagina orizzontale sulla testata giornalistica Il Corriere della Valle;
 - l’acquisizione della predetta fornitura è effettuata mediante l’affidamento diretto, ai sensi dell’articolo 1, comma 2, lett. a) della Legge 120 del 2020;
 - 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, alla ditta concessionaria Publi(In) s.r.l., P.IVA 01842780064, con sede legale in Via Campi 29/1 – 23807 Merate (LC), l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche, nel dettaglio n. 8 inserzioni (più 2 in omaggio) formato super quarto di pagina su La Vallée Notizie per un totale di n. 10 uscite e n. 1 campagna promozionale sulla testata giornalistica online www.aostasera.it, comprendente n. 5 pubbliredazionali (comprensivi di lancio su Facebook), n. 1 banner formato rettangolare per n. 4 settimane e n. 1 “In article box” per n. 4 settimane con una pressione del 40% calcolata sulla media di 2.350.000 visite/mese e n. 5 Instagram Story per n. 10 giorni, per un importo complessivo di euro 8.350,00 (ottomilatrecentocinquanta/00) oltre all’IVA di legge - CIG: Z0D3206EB0;
 3. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 2, la spesa complessiva di euro 10.187,00 (diecimilacentottantasette/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 (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
 4. di affidare, per le ragioni sopraesposte, alla ditta concessionaria LG Presse s.r.l., P.IVA 01141020071, con sede legale in Via B. Festaz 52, 11100, Aosta (AO), l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche, nel dettaglio n. 5 inserzioni (più 2 in omaggio) formato quarto di pagina sulla testata giornalistica Gazzetta Matin con replica sull’edizione Weekend per un totale di n. 14 uscite, per un importo complessivo di euro 1.500,00 (millecinquecento/00) oltre all’IVA di legge - CIG: ZD33206F1C;
 5. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 4, la spesa complessiva di euro 1.830,00 (milleottocottotrenta/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 (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
 6. di affidare, per le ragioni sopraesposte, alla ditta concessionaria Manzoni & C. Spa, P.IVA 04705810150, con sede legale in Via Ernesto Lugaro 15, 10126, Torino (TO), l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche ed emittenti radiofoniche, nel dettaglio n. 4 inserzioni formato mezza pagina sulla testata giornalistica La Stampa (Edizione Nord Ovest: Valle d’Aosta e Piemonte, esclusa la città di Torino) e n. 2 inserzioni (Edizione Nord Ovest: Valle d’Aosta, Liguria e Piemonte, esclusa la città di Torino) per un totale di n. 6 uscite, n. 6 inserzioni formato mezza pagina sulla testata giornalistica La Sentinella del Canavese, n. 1 campagna promozionale sulla testata giornalistica online www.torino.repubblica.it con il pacchetto di inserzioni crossmediali “domination” per n. 5 settimane per un totale di 2.500.000 impression, n. 1 campagna radiofonica sul circuito radiofonico PK (Radio Pool Piemonte comprendente Number One, Nostalgia, Sportiva, Lattemiele, 1one Dance e Cuore) composta da n. 8 Spot da 30” al giorno per n. 2

settimane e 2 giorni e n. 8 Spot da 20” al giorno per n. 5 settimane e 4 giorni per un totale di 2.640 Spot e n. 1 campagna social gestita dall’account Repubblica.it, geolocalizzato Piemonte, con “Branded Story” per un totale di 163.000 visualizzazioni, per un importo complessivo di euro 25.270,72 (venticinquemiladuecentosettanta/72) oltre all’IVA di legge - CIG: ZCD3206F74;

7. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 6, la spesa complessiva di euro 30.830,28 (trentamilaottocentotrenta/28) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
- di affidare, per le ragioni sopraesposte, alla ditta concessionaria S.C.S. s.r.l. Pubblicità, P.IVA 03970060012, con sede legale in Corso Filippo Brunelleschi 7/17, 10141, Torino (TO), l’acquisto di spazi promozionali su emittenti radiofoniche, nel dettaglio n. 1 campagna radiofonica su G.R.P. - Giornale Radio Piemonte composta da n. 8 Spot da 30” al giorno per n. 2 settimane e n. 8 Spot da 20” al giorno per n. 3 settimane per un totale di 280 Spot, per un importo complessivo di euro 2.796,08 (duemilasettecentonovantasei/08) oltre all’IVA di legge - CIG: Z063206FBE;
8. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 8, la spesa complessiva di euro 3.411,22 (tremilaquattrocentoundici/22) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
9. di affidare, per le ragioni sopraesposte, alla ditta concessionaria Mediamond, P.IVA 06703540960, con sede legale in Via Bianca di Savoia 12, 20122, Milano (MI), l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche, nel dettaglio n. 1 formato “native post” composto da un editorial box per n. 28 giorni con 10.000 visualizzazioni garantite, comprensivo di lancio sui profili social Facebook e Instagram e invio tramite newsletter a 60.000 utenti, n. 2 “social ads” da 6.000 click, n. 2 “Instagram Story Set” in evidenza per n. 14 giorni con un target di 100.000 view minime garantite, n. 1 formato comprendente “skin” e “masthead” per 500.000 impression più uno in omaggio per un totale di 1.000.000 di impression, per un importo complessivo di euro 16.000,00 (sedecimila/00) oltre all’IVA di legge - CIG: Z833207019;
10. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 9, la spesa complessiva di euro 19.520,00 (diciannovemilacinquecentoventi/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 (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
11. di affidare, per le ragioni sopraesposte, alla ditta concessionaria Citynews Spa, P.IVA 10786801000, con sede legale in Via Cornelio Celso 4, 80010, Napoli (NA), l’acquisto di spazi promozionali su testate giornalistiche, 1 campagna promozionale crossmediale sulla testata giornalistica online www.torinotoday.it, comprendente n. 1 formato “medium rectangle” per n. 7 giorni per un totale di 281.750 impression e n. 1 formato “skin” per n. 7 giorni per un totale di 315.525 impression, per un importo complessivo di euro 4.000,00 (quattromila/00) oltre all’IVA di legge - CIG: Z22320706D;
12. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 11, la spesa complessiva di euro 4.880,00 (quattromilaottocentottanta/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 (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
13. di affidare, per le ragioni sopraesposte, alla ditta concessionaria Opera Pia delle Missioni, P.IVA 00125220079, con sede legale in Via Mons. De Sales 3/A, 11100, Aosta (AO), l’acquisto di spazi

promozionali su testate giornalistiche, nel dettaglio n. 4 inserzioni formato mezza pagina orizzontale sulla testata giornalistica Il Corriere della Valle, per un importo complessivo di euro 480,00 (quattrocentottanta/00) oltre all'IVA di legge - CIG: ZB132070BB;

14. di autorizzare, per le finalità di cui al precedente punto 13, la spesa complessiva di euro 585,60 (cinquecentottantacinque/60) IVA di legge inclusa, a valere sulla voce di costo del PDC.COAN UA.VDA.DIG CA.04.02.04.01.04 “Promozione istituzionale (offerta formativa e manifestazioni per l’orientamento universitario)” per l’anno 2021, che presenta la necessaria disponibilità;
15. di nominare come responsabile del procedimento amministrativo la dott.ssa Chiara Grobberio, funzionario dell’Ufficio Comunicazione e Orientamento della Direzione generale di Ateneo;
16. di dare atto che il presente provvedimento è soggetto al visto di regolarità contabile;
17. di allegare la scrittura contabile relativa all’autorizzazione di spesa di cui ai punti precedenti;
18. 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;
19. 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.
20. di pubblicare il presente provvedimento all’albo online di Ateneo.

Il Direttore generale
Lucia Ravagli Ceroni
(sottoscritto digitalmente)

Allegati n. 7:
Scritture contabili