



**Università
degli Studi
di Palermo**

Settore Comunicazione e URP

Determina a contrarre per “Servizio di promozione del Brand sui canali social, portale web, campagne di comunicazione digitale e attività di Web Marketing”.

IL DIRETTORE GENERALE

Visto il decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, ed in particolare il comma 2 dell'art. 32, il quale prevede che, prima dell'avvio delle procedure di affidamento dei contratti pubblici, le stazioni appaltanti, in conformità ai propri ordinamenti, decretino o determinino di contrarre, individuando gli elementi essenziali del contratto e i criteri di selezione degli operatori economici e delle offerte;

Vista la delibera del Consiglio di Amministrazione del 20/12/2022 che ha approvato il Budget Unico di Ateneo per l'E.C. 2023;

Visto il Regolamento per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità dell'Università degli Studi di Palermo, emanato con Decreto del Rettore n. 4737 del 31/12/2014, e ss.mm.ii.;

Visto l'art. 36, comma 2, lett. a), del D. Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;

Visto l'art. 1, commi 1 e 2, del D.L. n. 76/2020 e ss.mm.ii.;

Viste le Linee guida n 4, di attuazione del Codice degli Appalti, “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”;

Viste le novità introdotte dall'art. 1, comma 502, della Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di stabilità 2016) che ha novellato l'art. 1, comma 450, della Legge 27 dicembre 2006, n. 296, in base alle quali è possibile procedere ad acquisizione di servizi nel libero mercato;

Considerato che l'Università degli Studi di Palermo ha necessità di acquisire un **“Servizio di promozione del Brand sui canali Social, Portale Web, Campagne Di Comunicazione Digitale e Attività di Web Marketing”** al fine di potenziare ed uniformare le attività di comunicazione istituzionale sui canali digitali web/social (Portale d'Ateneo, Facebook, Instagram, Meta, TikTok, LinkedIn, Twitter etc.), per la necessità di progettare, sviluppare e promuovere campagne di comunicazione efficaci ed efficienti (tramite video, pubblicità, campagna multi-soggetto etc.), e per l'opportunità di amplificare le attività di Web Marketing d'Ateneo;



Vista/o la volontà del Magnifico Rettore e del Direttore Generale di supportare e potenziare le attività del Settore Comunicazione e URP - U.O. Comunicazione Istituzionale per quanto premesso;

Considerata/o valida la collaborazione con una Agenzia di Comunicazione attiva sul territorio nazionale con notevole esperienza e capacità di integrazione e di sponsorizzazione capillare della Comunicazione Istituzionale di Enti e/o soggetti privati;

Vista/o la necessità di procedere all'indizione di una apposita procedura per l'affidamento del servizio in oggetto, per un periodo di almeno 1 anno;

Considerata/o che per l'acquisizione del servizio in oggetto risulta possibile utilizzare il Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione attraverso il bando servizi ove è presente specifica categoria merceologica;

Vista/o che risultano sussistenti i presupposti per procedere all'indizione di una procedura negoziata ai sensi dell'art. 1, comma 2, lett. a) della L. 120/2020 s.m.i. tramite RDO sul MEPA rivolta ad almeno n.5 operatori economici iscritti al bando di interesse ed in possesso dei requisiti previsti dagli atti di gara;

Considerato che il bene/servizio di che trattasi non è presente in alcuna CONVENZIONE CONSIP attiva;

Considerato che il bene/servizio di che trattasi è presente sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA);

Considerato che, da indagine di mercato informale, l'importo stimato per l'affidamento del contratto in esame è di € 122.900,00 (oltre I.V.A. se dovuta);

Considerato che si procederà all'affidamento diretto del servizio ai sensi dell'art. 1, commi 1 e 2 del D.L. n. 76/2020 e ss.mm.ii., nonché ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. A) del D. Lgs. n. 50/2015 e ss.mm.ii., successivamente alla verifica sul possesso dei requisiti secondo quanto previsto dalle normative vigenti;

Considerato che in caso di accertamento del difetto del possesso dei requisiti prescritti, si procederà alla risoluzione del contratto e si applicherà una penale di importo pari al 10% del valore dell'affidamento del contratto in esame;

Considerato che si procederà alla liquidazione della relativa spesa solo dopo avere accertato la regolare fornitura del bene/servizio;

Considerato che il **Responsabile Unico del Procedimento (RUP)** della presente procedura è stato individuato con Decreto del Direttore Generale n. 1681/2023 (prot. n. 34570 del 06/03/2023) nel/nella **dott.ssa Eva Ferra** che possiede le competenze necessarie a svolgere tale ruolo;



Accertato che la disponibilità finanziaria sul pertinente Conto di Costo “CA.C.B.02.04.33 – Costi per Marketing e Comunicazione” (F.F.O.), “U.A.00.DA00.02 – Rettorato”, E.C. 2023, è congrua per accogliere la spesa stimata per l'affidamento del contratto in esame;

Visto l'art. 29 del D. Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;

DETERMINA

di privilegiare una procedura di affidamento che persegua gli obiettivi di economicità, efficacia, tempestività e correttezza dell'azione amministrativa e di semplificazione del procedimento amministrativo;

di autorizzare l'avvio della procedura acquisitiva meglio descritta in premessa facendo gravare la correlata spesa sul budget assegnato alla scrivente struttura sul Conto di Costo “CA.C.B.02.04.33 – Costi per Marketing e Comunicazione” (F.F.O.), “U.A.00.DA00.02 – Rettorato”, E.C. 2023;

di pubblicare la presente determina sul sito Web di Ateneo nella sezione del Settore, denominata “Amministrazione Trasparente”.

Il/La Responsabile Unico del Procedimento
dott.ssa Eva Ferra

Il Direttore Generale
dott. Roberto Agnello