



Roma, 19.01.2024

Prot. 218/TP

## IL DIRETTORE GENERALE

VISTO il decreto-legge del 30 dicembre 2018, n.145 art.1 comma 130;

VISTO l'art. 17, comma 1, del d.lgs. 36/2023 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;

APPURATO:

- che l'art. 76 comma 2 lettera b) del D .Lgs. n. 36/2023 prevede la procedura negoziata senza pubblicazione di un bando nel caso di assenza di concorrenti per la tutela di diritti esclusivi, inclusi i diritti di proprietà intellettuale;
- che l'Allegato I.1 al Decreto Legislativo 36/2023 definisce, all'articolo 3, comma 1, lettera h), procedure negoziate”, come “le procedure di affidamento in cui le stazioni appaltanti e gli enti concedenti consultano gli operatori economici da loro scelti e negoziano con uno o più di essi le condizioni del contratto”;

PRESO ATTO che nell'ambito del Programma Fondo di Perequazione 2021-2022 “Linea 2-Competenze per le imprese: orientare e formare i giovani per il mondo del lavoro” è stato lanciato il nuovo modello nazionale dello SNI-SERVIZIO NUOVE IMPRESE da attuare nel periodo compreso tra il 20 dicembre 2022 e il 31 marzo 2024;

RITENUTO OPPORTUNO, al fine di assicurare un alto livello di divulgazione e visibilità del progetto sopra richiamato, promuovere l'iniziativa e sollecitare la partecipazione agli incontri formativi in programma, prevedere un'azione di comunicazione attraverso i principali canali digitali dedicati all'economia e il lavoro, in coerenza con il target di riferimento e con i contenuti della campagna, per una durata prevista di 10 settimane circa;

CONSIDERATO che SI.CAMERA, nell'ambito delle attività sopra indicate, supporta UNIONCAMERE nella realizzazione della campagna di comunicazione on line sopra citata - rivolta a persone della fascia di età 20-50 anni, sia uomini che donne, con un livello di istruzione medio-elevato, che vogliono mettersi in proprio avviando un'attività in Italia e realizzare un progetto di lavoro autonomo -, con l'obiettivo di diffondere la conoscenza e l'utilizzo della nuova Piattaforma SNI [sni.unioncamere.it](http://sni.unioncamere.it), messa on line nel mese di luglio 2023;

APPROVATE le schede fabbisogno dal n.5.2024 al n.7.2024, inoltrate dall'ufficio competente e verificata contestualmente la relativa disponibilità di budget;

VERIFICATO, a seguito di una valutazione dei costi sostenuti per l'esecuzione di precedenti campagne di comunicazione, che la somma autorizzata per la realizzazione delle attività richieste è da ritenersi congrua;



APPROVATO il Piano di comunicazione per la promozione della piattaforma SNI-SERVIZIO NUOVE IMPRESE, sono state individuate le concessionarie media da coinvolgere;

ACQUISITE le informazioni dell'organismo di rilevazione AUDIWEB, quale fonte ufficiale di dati di audience dei canali di diffusione evidenziati, che colloca le testate selezionate tra le più diffuse considerando il target di riferimento;

RILEVATO che si rende necessario avviare apposita procedura negoziata senza previa pubblicazione di bando, per la richiesta di preventivo, ai sensi dell'art.76 comma 2 lettera b);

CONSIDERATE le concessionarie coinvolta nella CAMPAGNA DIGITALE e valutato che gli importi massimo stimati sono quelli di seguito indicati:

❖ **VITA SOCIETÀ EDITORIALE S.P.A.** - concessionaria che gestisce in esclusiva i canali digitali e social del portale [www.vita.it](http://www.vita.it) - Importo soggetto a ribasso pari a € 650,00 (seicentocinquanta/00) IVA esclusa per il periodo dal 29.01.2024 al 31.03.2024.

La campagna prevede:

- pubblicazione di un banner web in home page per 1 settimana. La campagna sarà utilizzata per lanciare i seminari formativi dedicati ai migranti e all'imprenditoria sociale; quindi, il banner web rimanderà alla pagina web del portale SNI nazionale dedicata ai seminari da promuovere.

❖ **META** - Realizzazione di una campagna di promozione sul Canale social di Unioncamere Facebook. La campagna è programmata dal 22 gennaio 2024 al 31 marzo 2024.

❖ **LINKEDIN** - Realizzazione di una campagna di promozione sul Canale social di Unioncamere LinkedIn. La campagna è programmata dal 22 gennaio 2024 al 31 marzo 2024.

PRESO ATTO che oggetto del presente atto è la semplice vendita di spazi pubblicitari a condizioni di mercato e caratteristiche già definite;

RITENUTO, per le motivazioni di cui sopra, di dover provvedere in merito.

## DETERMINA

per i motivi espressi nella premessa, che si intendono integralmente richiamati:

- ❖ di dare avvio, per il tramite del Responsabile unico del Procedimento, alla singola procedura negoziata, ai sensi dell'art.76 comma 2 lettera b), finalizzata ad acquisire, dall'operatore economico VITA SOCIETÀ EDITORIALE S.P.A., un preventivo per l'erogazione dei servizi oggetto del presente atto;
- ❖ di dare esecuzione alla campagna con l'operatore FACEBOOK, con le modalità di acquisizione del servizio indicate nella scheda fabbisogno n.5.2024, tramite utilizzo di carta di credito aziendale n. xxxx.xxxx.xxxx.4955, per un importo complessivo di € 400,00 (quattrocento/00);



- ❖ di dare esecuzione alla campagna con l'operatore LINKEDIN, con le modalità di acquisizione del servizio indicate nella scheda fabbisogno n.6.2024, tramite utilizzo di carta di credito aziendale n. xxxx.xxxx.xxxx.4955, per un importo complessivo di € 450,00 (quattrocentocinquanta/00);
- ❖ di rendere il presente atto immediatamente esecutivo;
- ❖ di disporre la pubblicazione del presente atto sul sito istituzionale in coerenza con quanto previsto dalla normativa vigente in materia di trasparenza.

**Il Direttore Generale**

F.to Tiziana POMPEI

**Il Direttore Operativo**

F.to Francesco ANTONELLI