



Roma, 31.05.2022

Prot. 1513/TP

### IL DIRETTORE GENERALE

VISTO il decreto legislativo del 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;

VISTO il provvedimento del 1° marzo 2018 dell'Autorità Nazionale Anticorruzione (ANAC) "Linee Guida n. 4, di attuazione del D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50" recante "Procedure per l'affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e informazione e gestione degli elenchi di operatori economici";

VISTO il regolamento per l'acquisizione di lavori, servizi e forniture si SI.CAMERA approvato il 26.03.2021;

PRESO ATTO che, al fine di rafforzare l'immagine dell'intero Sistema camerale, quale soggetto autorevole e qualificato per fornire il proprio supporto tecnico-operativo alle amministrazioni centrali, alle Regioni e agli enti locali, UNIONCAMERE ha deciso di avviare una campagna informativa e comunicativa attraverso un nuovo "Magazine" che vuole essere una vetrina a livello nazionale delle migliori best practice segnalate dai diversi territori e, nello stesso tempo, punto di incontro e confronto di un sistema camerale diffuso, capace di rappresentare tutte le attività realizzate.

PRESO ATTO che SI.CAMERA supporta UNIONCAMERE nella realizzazione di azioni di comunicazione richieste per promuovere il Magazine verso le PMI, P.A. centrale e locale, consulenti aziendali, liberi professionisti, con l'obiettivo di avere la più ampia diffusione verso questi stakeholders.

CONSIDERATO che, al fine di raggiungere l'obiettivo e trattandosi di un magazine on line, SI.CAMERA ha scelto di fare una campagna web attraverso le principali testate on line che hanno sia carattere nazionale, che locale per raggiungere capillarmente il maggior numero di interlocutori delle locali Camere di commercio.

TENUTO CONTO di quanto sopra esposto sono stati selezionati network/circuiti di testate di informazione economica, politica, di cronaca fra quelli che garantiscono una maggior "audience" centrale e locale.

APPROVATA da Unioncamere, la "Relazione tecnica – Piano mezzi Magazine UC";

APPROVATE le schede fabbisogno dal n. 81.22 al n. 86.22, inoltrate dall'ufficio competente e verificata contestualmente la relativa disponibilità di budget;

CONSIDERATO che i documenti sopra richiamati sono da intendersi parte integrante del presente atto;

TENUTO CONTO che con l'approvazione della CAMPAGNA DIGITALE" sono state individuate le concessionarie media da coinvolgere;

ACQUISITE le informazioni degli organismi di rilevazione AUDIWEB E COMESCORE, quali fonti ufficiali di dati di audience dei canali di comunicazione selezionati;



RILEVATO che si rende necessario avviare apposite procedure negoziate senza previa pubblicazione di bando, per la richiesta dei preventivi, ai sensi dell'art.63 comma 2 lettera b);

CONSIDERATE le concessionarie coinvolte nella CAMPAGNA e valutato che gli importi massimi stimati sono quelli di seguito indicati:

➤ **PIEMME SPA** – Pubblicazione su HomePage di un banner boz top cross device –per un totale di 2.400.000 impressions, sulle testate on line: Il Messaggero, Il Mattino, Leggo, Gazzettino, Corriere Adriatico, Nuovo quotidiano di Puglia. L'azione sarà realizzata in coincidenza con l'uscita di un solo numero del Magazine.  
Periodo contrattuale: 2 settimane - importo € 17.000 più IVA.

➤ **CITYNEWS SPA** - Pubblicazione di un banner 300X250 per un totale di 3.679.083 impressions, sull'intero circuito Citynews. L'azione sarà realizzata in coincidenza con l'uscita di 2 numeri del Magazine. Periodo contrattuale: 1 settimana - importo € 14.800 più IVA

➤ **CAIORCS MEDIA SPA** – Azione 1: Pubblicazione di un banner 300X250 (cross device) per un totale di 450.000 impressions, sulla testata on line corriere.it/ sezione economica. Azione 2: Pubblicazione di un banner (300X250) (cross device) per un totale di 300.000 impressions, sulla testata on line corriere.it/hp.

Le azioni saranno realizzate in coincidenza con l'uscita di 2 numeri del Magazine.

Periodo contrattuale per entrambe le azioni : 1 settimana – importo totale € 15.000 più IVA

➤ **MANZONI ADVERTISING** – Azione 1: pubblicazione di un banner masthead (970x250) per un totale di 675.000 impressions, su repubblica.it (ROS – target PMI e professionisti). Azione 2: pubblicazione di un banner big rectangle (300x250) per un totale di 900.000 impressions, su network Gedi. Azione 3: pubblicazione di un banner masthead (970x250) per un totale di 350.000 impressions, su La Stampa.

Le 3 azioni saranno realizzate in coincidenza con l'uscita del primo numero del Magazine; mentre con l'uscita del secondo numero sarà replicata solo l'Azione 1

Periodo contrattuale per le tre azioni: 1 settimana – importo totale € 33.175 più IVA

➤ **24ORESISTEM** – Azione 1: Pubblicazione di un banner box top 300X250 per un totale di 450.000 impressions, sulla testata on line Sole24ore.com/sezione Italia&Mondo. Azione 2: Pubblicazione di un banner 540x135 per un totale di 255.000 impressions/contatti, sulla Newsletter Morning24.

Le 2 azioni saranno realizzate in coincidenza con l'uscita del primo numero del Magazine; mentre con l'uscita del secondo numero sarà replicata solo l'Azione 1.

Periodo contrattuale per entrambe le azioni : 1 settimana – importo totale € 11.190 più IVA

➤ **AGENZIA ANSA** - Pubblicazione di banner digitali su www.ansa.it come di seguito indicati: 1 banner (formato skin mobile) su HP per un periodo di 2 giorni; 1 banner (formato 300x250) su sezione economica per un periodo di 2 settimane; 1 banner (formato skin mobile) su sezione economica per un periodo di 2 settimane; per un totale complessivo di 773.846 impressions.

Periodo contrattuale: 2 settimane - importo € 10.000 più IVA



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

TENUTO CONTO che, per le motivazioni sopra espresse, non verrà effettuata un'indagine di mercato preliminare e che le singole procedure verranno espletate, in conformità all'art.40 del D.lgs.50/16, sulla piattaforma e-procurement di Si.Camera.

### **DETERMINA**

- ❖ di dare avvio alle singole procedure negoziate ai sensi dell'art.63, comma 2 lettera b), per la richiesta di preventivi alle agenzie pubblicitarie elencate in premessa, per gli importi massimi sopra indicati;
- ❖ 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

*Esprime parere favorevole  
in ordine alla regolarità amministrativa*  
**Il Direttore Operativo**  
F.to Francesco ANTONELLI