



Roma, 28.09.2022

Prot. 2165/TP

IL DIRETTORE GENERALE

VISTO il decreto legislativo del 18 aprile 2016, n.50 e ss.mm.ii, 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 approvato il 26.03.2021;

PREMESSO che SI.CAMERA supporta UNIONCAMERE nell'ambito della collaborazione istituzionale con il MISE per la realizzazione di una campagna di comunicazione in materia di anticorruzione;

CONSIDERATO che la suddetta Campagna è finalizzata a, mediante la diffusione di messaggi specifici, sensibilizzare i consumatori sull'importanza della lotta alla contraffazione, diffondere informazioni sul disvalore della contraffazione e sull'impatto economico e sociale del fenomeno e orientare i consumatori, con particolare riferimento ai giovani, verso comportamenti di acquisto più consapevoli e responsabili;

PREMESSO che la campagna ha l'obiettivo di veicolare un messaggio forte e pervasivo, che attiri l'attenzione sugli impatti negativi, individuali e collettivi, derivanti dall'acquisto di prodotti contraffatti.

PRESO ATTO di quanto sopra esposto si è ritenuto opportuno avviare una campagna integrata che prevede un'ampia diffusione attraverso Tv, Radio nazionale e locale, Cinema, Web editoriale, Google ADS, i maggiori Social media e affissioni nelle principali metropolitane.

RILEVATO che per realizzare la citata Campagna è necessario acquisire un servizio di "Digital Delivery" per la trasmissione e la diffusione dei materiali pubblicitari forniti dalla committente attraverso i canali TV quali, Rai, Mediaset, La7, Discovery, Network PRS, Network Sportnetwork;

RICHIAMATA la scheda fabbisogno n.165.22, approvata dalla Direzione e verificata contestualmente la relativa disponibilità di budget



CONSIDERATO che il servizio richiesto è “particolarmente specifico” e pertanto non è molto diffuso è stata condotta una analisi di mercato informale che ha coinvolto due dei principali operatori economici del settore: IMD Media Ltd (UK) e la Adstream Italia;

PRESO ATTO che alla luce dei preventivi ricevuti, quello del fornitore IMD Media Ltd (UK) è risultato essere congruo ed economicamente più vantaggioso;

DETERMINA

- ❖ di conferire, l’incarico alla società IMD Media Ltd (UK), per la realizzazione della campagna informativa che prevede la consegna dei materiali pubblicitari, in versione base e in versione senza logo - agli operatori RAI, MEDIASET, DISCOVERY, PRS e SPORTNETWORK - per un importo complessivo di euro 1.980,00 (millenovecentottanta/00);
- ❖ di nominare la dott.ssa Patrizia CACCIARI quale Responsabile operativo per l’esecuzione del servizio richiesto e oggetto del presente atto;
- ❖ 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