



Roma, 06.12.2022

Prot. 2833/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 s/elezione 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 per la realizzazione due campagne di comunicazione, relative ai progetti "Acquacoltura e pesca 2022" e "Campagna sicurezza prodotti 2021", con le seguenti finalità:

- Progetto "Acquacoltura e pesca 2022" (commessa 22S007COM0200 – CUP:J89D16000590006) – campagna di comunicazione con l'obiettivo di valorizzare la pesca e l'acquacoltura sostenibile;
- "Campagna sicurezza prodotti 2021" (commessa 21S059COM0200) – campagna di sensibilizzazione verso i consumatori per l'acquisto consapevole e informato (prodotti con CE).

CONSIDERATO che la Campagna di comunicazione sul tema "Acquacoltura e pesca" è finalizzata, mediante la diffusione di messaggi specifici per la sensibilizzazione dei consumatori, alla promozione dei prodotti di acquacoltura e pesca sostenibile;

CONSIDERATO che la "Campagna di sicurezza prodotti 2021" è finalizzata, mediante la diffusione di messaggi specifici, a migliorare la fiducia dei consumatori nell'uso di prodotti sicuri e conformi alla normativa;

PRESO ATTO di quanto sopra esposto si è ritenuto opportuno avviare le suddette campagne prevedendo 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, allo scopo di realizzare le citate Campagne, 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, Discovery, Network PRS, Network Sportnetwork;

RICHIAMATA la scheda fabbisogno n.217.2022, 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;

VISTO che il prezzo offerto dall’operatore Adstream Italia è maggiore di almeno il 60% rispetto a quello offerto del fornitore IMD Media Ltd (UK);

RILEVATO che il fornitore IMD Media Ltd (UK) è risultato aggiudicatario, nel mese di settembre u.s., di un contratto che prevedeva prestazioni similari per un importo di € 1.980,00;

RITENUTO OPPORTUNO derogare, in considerazione della rilevante differenza di prezzo offerto rispetto al “standardizzato” servizio da erogare, al principio di rotazione di cui al combinato disposto del comma 9 lettera d) e comma 11 dell’articolo 4 del vigente Regolamento per l’acquisizione di lavori, servizi e forniture;

DETERMINA

- ❖ di conferire l’incarico alla società IMD Media Ltd (UK) per servizio di “Digital Delivery” necessario alla realizzazione delle campagne informative descritte nelle premesse, per un importo pari a € 110,00 per singola consegna di materiale pubblicitario, per un totale complessivo di euro 1.100,00 (millecento/00), come di seguito distribuito:
 - Campagna “Acquacoltura e pesca 2022” – Digital delivery sui canali:
 - RAI (n.1 spot da 30”) e
 - MEDIASET (n.1 spot da 30”) eper un totale di n.2 consegne – Subtotale € 220,00;
 - Campagna sicurezza prodotti 2021 – Digital delivery sui canali:
 - RAI (n.2 spot da 15” e 30”);
 - MEDIASET (n.1 spot da 30”);
 - DISCOVERY (n.2 spot da 15” e 30”);
 - PRS (n.2 spot da 15” e 30”);
 - SPORTNETWORK (n.1 spot da 15”)per un totale di n.8 consegne - Subtotale € 880,00;
- ❖ 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

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