



Roma, 26.02.2021

Prot. 898/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";

RILEVATO che Si.Camera realizzerà una CAMPAGNA WEB E SOCIAL – dal Titolo "I Servizi PID – Punti impresa digitale delle Camere di commercio" – finalizzata a sensibilizzare le imprese sulle soluzioni possibili offerte dal digitale e sui loro benefici, manche sui rischi connessi al suo mancato utilizzo;

CONSIDERATO che la campagna è rivolta alle imprese, ai professionisti, impiegati e/o lavoratori e studenti;

RILEVATO che la campagna sarà diffusa tramite canali web, stampa, affissioni-video e social;

TENUTO CONTO quindi che sono stati considerati:

- canali web nazionali quali le testate giornalistiche online
- canali di veicolazione di messaggi istituzionali

APPROVATA da Unioncamere, la "Relazione delle Concessionarie di pubblicità" per la realizzazione del PIANO WEB E SOCIAL;

APPROVATE le schede fabbisogno dal n. 24.21 al n. 26.21, 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 WEB E SOCIAL "I Servizi PID – Punti impresa digitale delle Camere di commercio" sono state individuate le agenzie concessionarie da coinvolgere e che i servizi richiesti non possono che essere forniti unicamente dalle stesse;

ACQUISITE le informazioni dell'organismo di rilevazione AUDIWEB, quale fonte ufficiale 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 MEDIA e valutato che gli importi massimi stimati sono quelli di seguito indicati:



- **Triboo S.p.A.** – Pubblicazione di n. 2 redazionali a distanza di 2 settimane con link no-follow e ADV Domination (Skin + Box 300\*250/300\*600) verso il sito del cliente sul sito [www.pmi.it](http://www.pmi.it) - Inserimento nella Newsletter e Push Notification del contenuto realizzato - Rilancio dei contenuti realizzati sui profili social di PMI -Traffic driver (promobox + box 300\*250) con link all'articolo realizzato Kpi garantiti: 15.000 pagine viste e 600.000 impressions - 08.03.2021 e 31.03.2021 - € 10.000,00;
- **Italiaonline S.p.A.** – Pubblicazione di n. 1 redazionale sul sito Quifinanza sezione PMI con 4.000 click garantiti con full domination - Kpi garantiti: 15.000 pagine viste e 600.000 impressions - diffusione di un messaggio via e-mail (DEM) ad un bacino di 400.000 indirizzi profilo PMI - 08.03.2021 e 31.03.2021 - € 5.000,00;
- **Askaneews S.p.A.** – Realizzazione e diffusione su primari media nazionali di n. 1 Video news e/o Video intervista (durata massima compresa fra i 60 e i 90 sec.) – 08.03.2021 e 31.03.2021 - € 3.500,00;

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;

CONSIDERATO che, trattandosi di un'attività standardizzata che consiste nella semplice vendita di spazi pubblicitari a condizioni di mercato e caratteristiche già definite, per le quali non è possibile richiedere e valutare alcuna proposta tecnica, si procederà agli affidamenti utilizzando il criterio del "prezzo più basso".

## 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**  
Tiziana POMPEI

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