IL DIRETTORE GENERALE

DISPOSIZIONE N. **109**

DI DATA: **07/04/2020**

OGGETTO: **SPESE PER PROMOZIONE SUI CANALI DIGITALI - IMPEGNO DI SPESA CIG - Z362CA1744, Z0B2CA1771, ZDB2CA179E e Z7D2CA17C6**

IL DIRETTORE GENERALE

CONSIDERATO che l'Ente, in attuazione di un complesso di iniziative di promozione e comunicazione di carattere istituzionale e operativo, intende implementare la propria strategia di comunicazione sui canali digitali e promuovere la propria immagine attraverso il sito *web* istituzionale di Area Science Park;

RICHIAMATA la deliberazione del Consiglio di Amministrazione di data 25 luglio 2019, n. 59, avente a oggetto "Iniziative di marketing e comunicazione per il sistema ARGO, la piattaforma di genomica e l'internazionalizzazione delle Start-up", nella quale il Consiglio ha sottolineato l'opportunità di proseguire nelle attività di valorizzazione dell'immagine, la *brand reputation* e il posizionamento di Area Science Park a livello nazionale e internazionale tramite iniziative di comunicazione strategica integrata~~;~~

DATO ATTO che Area Science Park è impegnata nella promozione del Sistema ARGO, che attraverso l'interazione tra ricerca e impresa vuole far crescere la competitività del territorio e rendere il Friuli Venezia Giulia un modello virtuoso da replicare su scala nazionale, secondo un modello Hub & Spoke e in vista delle celebrazioni per l'evento di ESOF, che vede la città di Trieste impegnata come Città della Scienza per l'anno 2020, sarà necessario incrementare la visibilità dell'Ente, attraverso una promozione sui canali digitali, utilizzando *target* profilati;

RITENUTO di procedere alla promozione utilizzando i seguenti canali:

- *Facebook* Adv;
- *Twitter* Adv;
- *LinkedIn* Adv;
- *Google Adwords*

RICHIAMATI:

- l'art. 36, comma 2, del Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50, che autorizza la procedura negoziata o l'affidamento diretto per affidamenti di importo inferiore agli € 40.000,00 + IVA anche senza previa consultazione di due o più operatori economici;
- l'art. 26, commi 3 e 3 bis, della Legge 23 dicembre 1999, n. 488, così come integrato e modificato dall'art. 1, comma 4, del Decreto Legge 12 luglio 2004 n. 168, convertito in Legge 30 luglio 2004, n. 191;
- l'art. 7, comma 2, del Decreto Legge. 7 maggio 2012, n. 52, convertito con legge 6 luglio 2012 n.94 e l'art. 1, commi 3 e 4, del Decreto Legge 6 luglio 2012, n. 95, convertito con Legge 7 agosto 2012, n.135 (norme sull'obbligo dell'utilizzo del MePA);

PRESO ATTO che al momento non risultano attive Convenzioni Consip per il servizio in argomento, alle quali eventualmente aderire, e che ai sensi dell'art. 1, comma 3, del D.L. n. 95/2012, convertito con modificazioni dalla legge n. 135/2012, "Le amministrazioni pubbliche (…) possono procedere, qualora la convenzione non sia ancora disponibile e in caso di motivata urgenza, allo svolgimento di autonome procedure di acquisto dirette alla stipula di contratti aventi durata e misura strettamente necessaria e sottoposti a condizione risolutiva nel caso di disponibilità della detta convenzione";

RITENUTO di non poter procedere all'affidamento del servizio utilizzando lo strumento telematico

della Richiesta d'Offerta del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA) – Consip, poiché le prestazioni oggetto della disposizione non sono presenti;

CONSIDERATO che *Facebook Adv, Twitter Adv, LinkedIn Adv e Google Adwords* sono gli unici operatori che possono fornire il servizio necessario, viste le caratteristiche peculiari, l'orientamento al *business* e la completezza della loro offerta;

ATTESO che:

- è necessario in tal senso acquistare il servizio di promozione dei contenuti profilati, offerto da *Facebook* Adv, *Twitter* Adv, *LinkedIn* Adv e *Google Adwords*;
- i suddetti servizi offerti da *Facebook* Adv, *Twitter* Adv, *LinkedIn* Adv e *Google Adwords leader* indiscussi del mercato, non sono altrimenti reperibili sul *web*, poiché i concorrenti non offrono un eguale dettaglio nella profilazione del target;

ATTESO che le spese previste per i servizi indicati in premessa ammontano a:

- euro 8.000,00 (IVA esclusa) per *Facebook* Adv;
- euro 3.000,00 (IVA esclusa) per *Twitter* Adv;
- euro 5.000,00 (IVA esclusa) per *LinkedIn* Adv;
- euro 5.000,00 (IVA esclusa) per *Google Adwords*;

RITENUTO necessario impegnare la somma complessiva di euro 21.000,00 (IVA esclusa) sul capitolo 313, codice progetto 99062, del Bilancio di Previsione 2020, che presenta la necessaria disponibilità;

VERIFICATO che i codici CIG (Codice Identificativo Gara) della procedura sono rispettivamente:

- Z362CA1744 per *Facebook* Adv,
- Z0B2CA1771 per *Twitter* Adv,
- ZDB2CA179E per *LinkedIn* Adv,
- Z7D2CA17C6 per Google Adwords,

e che non sono previsti contributi di partecipazione;

ATTESO che la spesa, in quanto afferente al progetto 99062, attiene alle attività istituzionali della Direzione Generale;

DISPONE

- di impegnare sul capitolo 313, codice progetto 99062, del Bilancio di Previsione 2020, che presenta la necessaria disponibilità, l'importo complessivo di euro 25.620,00 (IVA inclusa) da suddividere come segue:
  - euro 9.760,00 (IVA inclusa) per *Facebook* Adv;
  - euro 3.660,00 (IVA inclusa) per *Twitter* Adv;
  - euro 6.100,00 (IVA inclusa) per *LinkedIn* Adv;

- Euro 6.100,00 (IVA inclusa) per *Google Adwords*.

- di dare atto che tali spese afferiscono a compiti di natura istituzionale della Direzione Generale.

Il Direttore Generale
Stefano Casaleggi

Nome: CASALEGGI STEFANO
Emesso da: ArubaPEC S.p.A. NG CA 3