

## DETERMINAZIONE n. 11 del 28/02/2020

**OGGETTO:** Servizio di inserzioni pubblicitarie su rivista di settore, di livello nazionale, nell'ambito dell'Azione specifica 19.2.02.04.02 "Promozione Brand e territorio" (Scheda B – Fase 1 – Attività A1.1). C.I.G.: ZA72BBE6B1 – C.U.P.: B94J19000190009

**Determinazione a contrattare (art. 32 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i.) e di affidamento diretto ex art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i.**

### IL DIRETTORE

#### Premesso:

- **visto**, il Programma di Sviluppo Rurale (P.S.R.) della Regione Emilia-Romagna per il periodo 2014/2020, attuativo del Regolamento (UE) n. 1305/2013, nell'attuale formulazione (Versione 8.2) approvata dalla Commissione Europea con la Decisione di esecuzione C (2018) 8506 final del 05/12/2018 di cui è stato preso atto con deliberazione di Giunta Regionale n. 2138 del 10/12/2018;
- **visto**, il bando di selezione dei gruppi di azione locale e le disposizioni attuative della misura 19 del Programma di Sviluppo Rurale della Regione Emilia-Romagna per il periodo 2014/2020, approvato con delibera della Giunta della Regione Emilia-Romagna del 20/07/2015, n. 1004;
- **vista**, la determinazione n. 13080 del 10/08/2016 del Responsabile del Servizio Territorio Rurale ed Attività Faunistico-Venatorie della Regione Emilia-Romagna, avente per oggetto "Approvazione della graduatoria delle strategie di sviluppo locale Leader – Individuazione dei G.A.L. e assegnazione definitiva delle risorse" con la quale il G.A.L. Valli Marecchia e Conca risulta avere superato la fase 2 della programmazione P.S.R. 2014/2020;
- **che**, il Ministero delle politiche agricole con decreto 6093 del 06/06/2019 ha approvato l'aggiornamento delle linee guida sull'ammissibilità delle spese relative allo sviluppo rurale 2014/2020 (oggetto di Intesa sancita in conferenza Stato Regioni il 09/05/2019);

**Dato atto**, che, con verbali n. 04/2019 e n. 05/2019, il Consiglio di Amministrazione di questo G.A.L. ha approvato la Scheda Progetto relativa all'Azione specifica 19.2.02.04.02 "Promozione Brand e territorio" (Scheda B);

**Preso atto**, dell'esito *conforme con prescrizioni e raccomandazioni* espresso sul progetto dal Nucleo Tecnico LEADER regionale nella seduta del 13/05/2019 e della successiva *comunicazione di conformità* espressa dalla Regione Emilia-Romagna con nota via PEC prot. n. PG/2019/594494 del 12/07/2019;

**Richiamata**, la Determinazione del Responsabile del Servizio Territoriale Agricoltura, Caccia e Pesca di Rimini della Regione Emilia-Romagna n. 2756 del 19/02/2020, di concessione del contributo di complessivi € 168.000,00 per la realizzazione del progetto relativo all'Azione specifica, individuata nella Strategia di Sviluppo Locale, 19.2.02.04.02 "*Promozione Brand e territorio*" (Scheda B);

**Considerato**, che al fine dell'attuazione, a *regia diretta*, del progetto "*Promozione Brand e territorio*" (Scheda B) è necessario individuare idonei e qualificati operatori economici cui affidare i servizi previsti nelle diverse fasi attuative;

**Dato atto**, che con il presente provvedimento si intende affidare l'esecuzione della seguente attività, prevista dal progetto in argomento:

– *Realizzazione volume dedicato, "inserto" su rivista di livello nazionale (Fase 1 – Attività A1.1)*;

**Constatato**, che il costo dell'attività di cui sopra è stato stimato in complessivi € 25.000,00, al lordo dell'I.V.A. e di ogni altro onere, come si evince dalla scheda di progetto approvata dalla Regione Emilia-Romagna;

**Dato atto**, che il costo netto del servizio è inferiore ad € 40.000;

**Considerato**, che l'art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i. consente alle stazioni appaltanti di affidare i servizi di importo inferiore ad € 40.000 mediante affidamento diretto, *anche senza previa consultazione di due o più operatori economici*;

**Ritenuto**, di procedere, ricorrendone i presupposti, all'affidamento in argomento con le modalità di cui al citato disposto dell'art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i. svolgendo, preliminarmente, un'indagine di mercato, nel rispetto dei principi di economicità, efficacia, tempestività, correttezza, libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, pubblicità e proporzionalità (artt. 36, comma 1 e 30, comma 1 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i.) al fine di accertare l'economicità e la congruità del prezzo di aggiudicazione, in esecuzione di quanto disposto al Paragrafo 3.2.3 *Comunicazione integrativa* delle vigenti D.A.M. approvate dalla Regione Emilia-Romagna con D.G.R. n. 49/2019 ed al Paragrafo 4.3.1 delle Linee Guida ANAC n. 4 aggiornate con delibera di Consiglio n. 206 del 01/03/2018;

**Visto**, il Verbale di indagine di mercato in data 29/11/2019;

**Considerato**, con riferimento al Paragrafo 4.3.1 delle Linee Guida ANAC n. 4, le seguenti valutazioni:

**a) in relazione alla congruità del prezzo in rapporto alla qualità della prestazione:**

- di avere proceduto all'indagine di mercato con la richiesta di preventivo di spesa ai seguenti operatori economici, non avendo implementato il G.A.L. un proprio elenco di operatori economici da invitare:
  1. Progetto s.r.l., per la pubblicazione sul mensile Touring;
  2. Cairo Communication s.p.a., per la pubblicazione sul mensile Bell'Italia;
  3. RCS Mediagroup s.p.a., per la pubblicazione sul mensile DOVE;

- si è ritenuto di procedere con una indagine di mercato di mercato senza la pubblicazione di apposito avviso in quanto sono state interpellate le testate a copertura nazionale maggiormente conosciute e lette, ritenute utili e convenienti rispetto al pieno raggiungimento dello scopo progettuale. Si è pertanto provveduto alla individuazione degli operatori economici a cui chiedere il preventivo valutando preventivamente le caratteristiche e gli standard necessari a garantire la maggior diffusione possibile a livello nazionale e idonea a veicolare il Brand “*Valli Marecchia Conca Salute, viaggiatore*” e il “prodotto” territorio G.A.L., sulla base di informazioni riguardanti le caratteristiche di testate giornalistiche nazionali, in rapporto alla maggior diffusione delle stesse su tutto il territorio nazionale, considerato che:
  - dal documento di analisi preliminare commissionata dal G.A.L., preparatorio delle attività di marketing territoriale, è emerso che la notorietà del territorio è piuttosto ridotta e limitata prevalentemente ai territori di prossimità ed è quindi necessario rivolgersi almeno inizialmente al mercato interno con l’obiettivo di conquistare nuove quote di mercato turistico, possibilmente sui segmenti di alta gamma e con particolari motivazioni emozionali;
  - la Valmarecchia è “riconosciuta” principalmente da un target maturo compreso tra i 51 e 65 anni, mentre la Valconca è nota ad un pubblico più giovane, compreso tra i 35 e 50 anni;
  - il G.A.L. deve trovare convergenze e collimazioni per massimizzare l’efficacia delle sue azioni rivolgendosi a target/mercato legati a enogastronomia, storia e cultura, outdoor;
  - da vari incontri con la ditta incaricata per l’analisi e l’individuazione delle strategie di comunicazione e marketing del G.A.L. (Trademark Italia s.r.l.) il C.d.A. e i tecnici del G.A.L., sono state analizzate le proposte pervenute e valutate rispetto alla loro diffusione/efficacia/prodotto e che le riviste di settore sono state individuate tra quelle che hanno un pubblico di lettori con gusti, interessi e necessità ben definiti e in linea con i target individuati e che per l’efficacia del progetto di marketing è necessario rivolgersi a diverse tipologie di utenti raggiungibili non solo quindi sulla stampa acquistabile in edicola ma anche on-line;
  - le testate mensili di tipo turistico maggiormente diffuse sull’intero territorio nazionale sono:
    - **Touring Club Italiano**, si distingue per il forte impegno nello “*sviluppo del turismo, inteso anche quale mezzo di conoscenza di paesi e culture*” è la rivista di viaggi, geografia, ambiente, storia, architettura, scienze paesaggistiche, mappe stradali, percorsi turistici, luoghi e manifestazioni edita dal Touring Club Italiano ed inviata ai soci tramite abbonamento postale. A oggi, con i suoi circa 280.000 soci ai quali viene spedita la rivista cartacea, è l’istituzione turistica con più iscritti d’Italia;
    - **Bell’ Italia**, è una rivista rivolta al turismo culturale che da quasi trent’anni parla solo di Italia. Racconta con ampi articoli, fotografie e illustrazioni le meraviglie della Penisola, dai borghi ai paesaggi, dai palazzi ai musei, ai centri storici, dalle delizie dell’enogastronomia all’ospitalità d’eccellenza. La sua missione è scovare le bellezze nascoste del nostro Paese. Ogni mese tanti spunti di viaggio, con tutte le informazioni pratiche per organizzarlo, ha una diffusione di 46.000 copie (fonte: ADS);
    - **DOVE**, è il magazine leader del viaggio e lifestyle da oltre 25 anni con una diffusione totale di 53.177 copie (fonte: ADS dato medio 2018) e 416.000 lettori (fonte: Audipress 2018);

- **In Viaggio** proponendo ai lettori un vero e proprio “strumento” per il viaggio con i consigli degli esperti su dove mangiare, dormire e comprare e l’elenco di musei e monumenti da visitare ha una vendita totale di 40.421 copie (fonte: ADS);
  - **Gente Viaggi si rivolge ad un pubblico che vuole viaggiare in Italia, Europa, Mondo.** ha una vendita di 14.006 copie (fonte: ADS);
  - i preventivi prodotti dagli operatori economici scelti perché maggiormente consoni per le finalità progettuali di cui sopra, dopo avere verificato attività similari svolte da altri G.A.L., A.P.T. e Destinazione Romagna, sono stati ritenuti congrui rispetto agli spazi e proposte offerti. Si precisa che i preventivi, in considerazione della varietà delle proposte, non possono essere perfettamente comparabili, con riferimento alle diverse testate giornalistiche, alla diversa tipologia dei servizi proposti e alle diverse combinazioni pubblicitarie e degli spazi di acquisto;
  - ritenuto il preventivo formulato da Progetto s.r.l. per il mensile Touring (consistente nel costo del servizio pari a netti € 28.800,00 per la realizzazione e la pubblicazione di due uscite da otto pagine cadauna, inclusa una presenza sul portale turistico del Touring Club Italiano di un banner per n. 2 settimane in primavera e per n. 2 settimane in autunno) il più attinente alle aspettative del G.A.L. sopra riportate;
  - valutato che, rispetto alla stima iniziale di progetto, pari a € 25.000,00 (I.V.A. inclusa) i prodotti offerti rientranti in tale cifra non soddisfacevano pienamente le finalità dello stesso e che, ai sensi di quanto previsto al punto 3.2.4 *Modifiche e variazioni* delle vigenti D.A.M., le modifiche apportate al progetto con il presente provvedimento non costituiscono variante in quanto finalizzate al miglioramento dello stesso nonché contenute in un importo non superiore al 10 % dell’importo ammesso;
- b) **in relazione alla rispondenza di quanto offerto all’interesse pubblico che la stazione appaltante deve soddisfare**, per quanto sopra riportato, si ritiene rispondente l’offerta dell’operatore economico individuato, in quanto ditta idonea e ritenuta in grado di soddisfare l’esigenza di svolgere il servizio in questione nel rispetto delle aspettative;
- c) **in relazione al rispetto del principio di rotazione**, trattasi di tipologia di servizio rispetto alla quale, in considerazione dell’esclusività degli operatori economici di maggiore rilevanza nazionale, non è possibile applicare, senza far ricorso a deroghe, il principio di rotazione sia in riferimento alle esigenze di invito e reinvio sia a quelle di affidamento ripetuto;
- d) **in relazione al possesso da parte dell’operatore economico selezionato dei requisiti richiesti nella determina a contrarre o nell’atto ad essa equivalente**, non sono stati previsti specifici requisiti;

**Dato atto**, di avere verificato il possesso dei requisiti di carattere generale e l’iscrizione alla C.C.I.A.A., per attività inerenti all’oggetto dell’appalto, da parte della ditta Progetto s.r.l., ai sensi di quanto previsto dagli articoli 80 e 83 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i.;

**Precisato**, che, in esecuzione di quanto disposto dall’art. 4.2.4 delle Linee Guida ANAC n. 4 aggiornate in data 01/03/2018, sono state svolte le seguenti verifiche al fine di accertare il possesso dei requisiti di cui all’art. 80 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i. da parte della ditta Progetto s.r.l.:

- acquisizione dei Certificati del Casellario Giudiziale (Certificati n. 384018/2020/R e 384019/2020/R);

- acquisizione Certificato di regolarità fiscale dall’Agenzia delle Entrate – Direzione Provinciale I di Milano (prot. n. 19681 del 29/01/2020);
- verifica D.U.R.C. (prot. n. INAIL\_18944123);
- consultazione del casellario ANAC;
- al fine della verifica della sussistenza dei requisiti di cui all’art. 80, comma 5, lett. b) è stato accertato lo stato *Attivo* dell’attività dalla visura alla C.C.I.A.A. nonché l’assenza di procedure concorsuali in corso mediante la richiesta del *Prospetto di vigenza dell’impresa* alla C.C.I.A.A.;
- acquisizione del Certificato dell’Anagrafe delle sanzioni amministrative dipendenti da reato (Certificato n. 146/2020/R);

**Dato atto, che:**

**a) il fine** che questa Società intende perseguire è quello di realizzare l’Attività A1.1 della Fase 1 del progetto a regia diretta di cui alla Azione specifica 19.2.02.04.02 “*Promozione Brand e territorio*” (Scheda B);

**b) oggetto del contratto:** l’esecuzione del servizio per la realizzazione e la pubblicazione sul mensile Touring di due uscite da otto pagine cadauna (uscite di aprile 2020 e di settembre 2020) inclusa una presenza sul portale turistico del Touring Club Italiano ( [www.touringclub.it](http://www.touringclub.it) ) di un banner per n. 2 settimane in primavera e per n. 2 settimane in autunno, finalizzate alla promozione del Brand e del territorio del G.A.L. Valli Marecchia e Conca, nell’ambito dell’Azione specifica 19.2.02.04.02 “*Promozione Brand e territorio*” (Scheda B – Fase 1 – Attività A1.1);

**c) forma:** ai sensi dell’articolo 32, comma 14, del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i., la stipula del contratto in questione avverrà mediante corrispondenza secondo l’uso del commercio, essendo l’importo contrattuale inferiore ad € 40.000; la richiesta di preventivo e il preventivo formulato fanno parte integrante della corrispondenza contrattuale;

**d) clausole contrattuali essenziali che dovrà contenere la lettera di affidamento del servizio:**

- il servizio in argomento avrà la durata di mesi otto; nel caso di ritardo nell’esecuzione del servizio per cause imputabili all’Affidatario viene, fin da ora, stabilita una penale pari all’uno per mille dell’ammontare netto contrattuale per ogni giorno di ritardo sui termini utili stabiliti;
- il pagamento del corrispettivo avverrà, entro trenta giorni dal ricevimento delle relative fatture, previa apposizione del visto di regolarità sulle stesse da parte del Responsabile del procedimento, trattandosi di importi inferiori ad € 40.000,00 (art. 8.4 del Regolamento interno) ed acquisizione di regolare D.U.R.C., subordinatamente al rispetto delle prescrizioni di cui alla L. 136/2010 e s.m.i. per la tracciabilità dei flussi finanziari, come di seguito riportato:
  - **50 %** successivamente alla pubblicazione del primo “*Touring Promotion*”;
  - **50 %** successivamente alla pubblicazione del secondo “*Touring Promotion*” e dei banner sul portale turistico del Touring Club Italiano ed alla fornitura del file in formato pdf delle 16 pagine realizzate e delle copie cartacee del mensile Touring in numero non inferiore a 10 per uscita;

in particolare la fattura elettronica dovrà riportare nella descrizione il riferimento al P.S.R. 2014/2020 – Emilia-Romagna, Misura 19.2 – Azione specifica 19.2.02.04.02 *Promozione Brand e territorio* (Scheda B) – C.U.P. e C.I.G., pena il mancato pagamento; l’Affidatario dovrà comunicare in forma scritta il conto corrente dedicato su cui far transitare le operazioni finanziarie dedicate al servizio affidato comprensivo anche dei dati identificativi di tutti i soggetti delegati ad operare su di esso;

**e) la scelta del contraente:** per le motivazioni sopra esposte, si stabilisce di affidare il servizio in argomento direttamente alla ditta Progetto s.r.l., ai sensi di quanto disposto dall’art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. 50/2016 e s.m.i.;

**Preso atto**, del *miglioramento del prezzo di aggiudicazione*, giusta nota datata 03/02/2020 che diviene parte integrante e sostanziale del preventivo del 26/11/2019, consistente nel prezzo del servizio pari a € **28.790,00** (I.V.A. esclusa) proposto dall'Affidatario Progetto s.r.l. con riferimento a quanto previsto dal comma 11 dell'art. 103 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i., in materia di prestazione della garanzia definitiva; pertanto, si esonera la ditta Progetto s.r.l. dalla presentazione della suddetta garanzia definitiva, in considerazione della natura del servizio in argomento, della comprovata solidità aziendale ed economico-finanziaria dell'Affidatario, del relativo importo, e in ragione del fatto che il miglioramento del prezzo determina comunque una riduzione dei costi a carico del G.A.L.;

**Evidenziato che:**

- l'affidamento in argomento è identificato con il Codice Identificativo Gara (C.I.G.) ZA72BBE6B1 ed il Codice Unico di Progetto (C.U.P.) B94J19000190009;

**Dato atto**, che è stata verificata l'assenza di conflitto di interessi in relazione all'affidamento di cui al presente atto, sulla base di quanto previsto dalla normativa vigente e dal Regolamento interno del G.A.L.;

**Visti:**

- il D. Lgs. 18/04/2016, n. 50 e s.m.i., specificatamente per quanto riguarda gli appalti sotto soglia;
- le Linee Guida ANAC n. 4 approvate in data 26/10/2016 ed aggiornate in data 01/03/2018, specificatamente al punto 4 – L'affidamento e l'esecuzione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore a 40.000 euro;
- le Disposizioni Attuative di Misura approvate dalla Regione Emilia-Romagna con D.G.R. n. 49/2019 relativamente alla Misura 19 del P.S.R. 2014-2020;
- la D.G.R. n. 31/2020 relativa a "PSR 2014/2020. Modifica Check lists, irregolarità e riduzioni, approvate con delibera n. 1424/2019";
- il Regolamento interno del G.A.L. approvato con deliberazione di C.D.A. n. 08 del 09/05/2018;
- lo Statuto del G.A.L.;

**DETERMINA**

1. **DI RITENERE**, la premessa parte integrante e sostanziale della presente determinazione.
2. **DI APPROVARE**, il Verbale di indagine di mercato in data 29/11/2019, relativamente all'affidamento del servizio di inserzioni pubblicitarie su rivista di settore, di livello nazionale, finalizzato alla promozione del Brand e del territorio del G.A.L. Valli Marecchia e Conca, nell'ambito dell'Azione specifica 19.2.02.04.02 "Promozione Brand e territorio" (Scheda B – Fase 1 – Attività A1.1).
3. **DI AFFIDARE**, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i., il servizio in oggetto, consistente nella realizzazione e nella pubblicazione sul mensile Touring di due uscite da otto pagine cadauna, inclusa una presenza sul portale turistico del Touring Club Italiano di un banner per n. 2 settimane in primavera e per n. 2 settimane in autunno, direttamente alla ditta Progetto s.r.l. di Milano (MI) (c.f. 01403510223) per la spesa di complessivi € **35.123,80** (€ 28.790,00 + I.V.A. 22 %).
4. **DI DARE ATTO**, di non richiedere la garanzia definitiva di cui all'art. 103 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i. in considerazione di quanto previsto dal comma 11 dello stesso articolo, trattandosi di affidamento di servizio di cui all'art. 36, comma 2, lett. a) del citato D. Lgs., stante il *miglioramento del prezzo di aggiudicazione*, giusta nota datata 03/02/2020 che diviene parte



integrante e sostanziale del preventivo del 26/11/2019, proposto dall'Affidatario ed in considerazione della natura del servizio in argomento, della comprovata solidità aziendale ed economico-finanziaria dell'Affidatario, del relativo importo, e in ragione del fatto che il miglioramento del prezzo determina comunque una riduzione dei costi a carico del G.A.L.

5. **DI PROVVEDERE**, alla stipula del contratto con le modalità previste dall'art. 32, comma 14, del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i. mediante corrispondenza e scambio di lettere secondo l'uso del commercio, essendo l'importo contrattuale inferiore ad € 40.000,00 i cui contenuti dovranno prevedere quanto espressamente richiamato nel presente atto; la richiesta di preventivo e il preventivo formulato, corredato dal miglioramento del prezzo offerto, fanno parte integrante della corrispondenza contrattuale.
6. **DI DARE ATTO**, che il servizio in argomento sarà finanziato interamente da questo G.A.L. mediante l'utilizzo di parte del finanziamento concesso dalla Regione Emilia-Romagna per l'attuazione della Misura 19 del P.S.R. 2014/2020, con imputazione all'Azione specifica 19.2.02.04.02 "Promozione Brand e territorio" (Scheda B).
7. **DI DARE ATTO**, che l'affidamento in argomento è identificato con il Codice Identificativo Gara (C.I.G.) ZA72BBE6B1 ed il Codice Unico di Progetto (C.U.P.) B94J19000190009.
8. **DI PROVVEDERE**, alla liquidazione dell'Affidatario in n. 2 rate posticipate, entro trenta giorni dal ricevimento delle fatture, previa apposizione del visto di regolarità sulle stesse da parte del sottoscritto Responsabile del procedimento, trattandosi di importi inferiori ad € 40.000,00 (art. 8.4 del Regolamento interno) e previa acquisizione di regolare D.U.R.C., subordinatamente al rispetto delle prescrizioni di cui alla L. 136/2010 e s.m.i. per la tracciabilità dei flussi finanziari.
9. **DI PRECISARE**, che le funzioni di Responsabile del procedimento, ai sensi dell'art. 31 del D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i., nonché quelle di Direttore dell'esecuzione del contratto, verranno svolte dal sottoscritto Direttore, Dott. Arch. Cinzia Dori, in esecuzione di quanto stabilito dal Regolamento interno di questo G.A.L..
10. **DI PUBBLICARE**, il presente atto sul sito Web istituzionale di questo G.A.L., nella sezione "Amministrazione trasparente" in data odierna.
11. **DI COMUNICARE**, in funzione della formalizzazione del contratto, il presente provvedimento all'Affidatario, Progetto s.r.l.

**IL DIRETTORE**  
Dott. Arch. Cinzia Dori

