

Settore: CI
Proponente: 92.A
Proposta: 2016/610

del 19/09/2016



**COMUNE DI
REGGIO NELL'EMILIA**

R.U.D. 866

del 21/09/2016

**COMPETITIVITA' E INNOVAZIONE SOCIALE
POLITICHE PER LO SVILUPPO ECONOMICO E
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Dirigente: MAGNANI Arch. Massimo

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE

OGGETTO: MARCHIO-LOGOTIPO WE A·RE \REGGIO EMILIA PER EXPO 2015 _
ACQUISIZIONE E ATTIVAZIONE DELLE PROCEDURE PER
L'AFFIDAMENTO, AI SENSI ART. 36, COMMA 2, LETT. A) DEL D.LGS.
50/2016 DEL SERVIZIO DI RESTYLING

OGGETTO: MARCHIO-LOGOTIPO WE A-RE \REGGIO EMILIA PER EXPO 2015 _ ACQUISIZIONE E ATTIVAZIONE DELLE PROCEDURE PER L’AFFIDAMENTO, AI SENSI ART. 36, COMMA 2, LETT. A) DEL D.LGS. 50/2016 DEL SERVIZIO DI RESTYLING

IL DIRIGENTE

Premesso

- che con deliberazione di Consiglio Comunale n. 69 del 26/04/2016 sono stati approvati il Bilancio di Previsione 2016 -2018 e il D.U.P. [Documento Unico di Programmazione];
- che con deliberazione di Giunta Comunale del 14/06/2016, n. 121, è stato approvato il Piano Esecutivo di Gestione dell'esercizio 2016, nel quale sono stati fissati i requisiti ex art. 169 del D.Lgs. 267/00;
- che con deliberazione di Consiglio Comunale n. 142 del 25/7/2016, immediatamente esecutiva, è stata approvata la “Verifica della salvaguardia degli equilibri di Bilancio ai sensi dell'art. 193 del D.Lgs. 267/2000. Variazione al Bilancio di previsione finanziario triennio 2016/2018 e relativi allegati”;

Visto

- il provvedimento n. 21321 del 23.05.2015, con il quale il Sindaco ha attribuito, sino alla scadenza del proprio mandato, all'Arch. Massimo Magnani incarico dirigenziale, conferito ai sensi dell'art. 13 – Sez. A del vigente Regolamento sull'Ordinamento Generale degli Uffici e dei Servizi e dell'art. 163 del D.Lgs. 267/00 così come modificato dal D.Lgs. 126/2014;

Dato atto

- che dal 1 Maggio al 31 Ottobre 2015 a Milano ha avuto luogo “Expo 2015 - Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita”;
- che Expo 2015 ha rappresentato un'occasione irripetibile per il nostro territorio e per la valorizzazione delle sue identità produttive, scientifiche, economiche e culturali;
- che il sistema istituzionale, culturale e produttivo di Reggio Emilia ha quindi colto l'occasione di Expo Milano 2015 per realizzare un progetto di promozione del territorio reggiano, sfruttando la prossimità geografica alla sede dell'Esposizione Universale e le proprie “competenze” specifiche su alcuni grandi temi trattati in tale sede (agricoltura/alimentazione/ambiente, che sono storicamente settori produttivi e di ricerca/innovazione dell'economia locale;
- che, a tal fine, il Comune di Reggio Emilia e Expo S.p.a in data 27 Novembre 2012 avevano sottoscritto un Protocollo d'Intesa finalizzato alla condivisione di un programma pluriennale di iniziative ed all'inserimento dei progetti del nostro sistema territoriale integrato nel palinsesto di eventi di Expo 2015 così da contribuire, attraverso le nostre relazioni, le nostre eccellenze e le nostre competenze distintive, alla diffusione e alla visibilità nazionale e internazionale dell'evento;
- che, conseguentemente, in data 25 Marzo 2014 Comune di Reggio Emilia, Provincia di Reggio Emilia, C.C.I.A.A. di Reggio Emilia, Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia, Reggio Children S.r.l., Reggio Emilia Innovazione, Centro Ricerca Produzione Animale S.p.a., Fondazione I Teatri di Reggio Emilia, Fondazione Nazionale della Danza Aterballetto e Fondazione Palazzo Magnani hanno costituito il “Comitato Promotore di Expo 2015 per la Città di Reggio Emilia” con l'obiettivo di coordinare e dare organicità alle azioni ed ai progetti del territorio collegati ad Expo 2015, in sinergia tra diversi soggetti pubblici e privati e di cui il Comune di Reggio Emilia è stato individuato quale coordinatore;
- che con Deliberazione della Giunta Comunale (PG n. 33138/179 del 30/9/2014) è stato approvato il progetto “Reggio Emilia per Expo Milano 2015” che prevedeva la costituzione di una piattaforma dell'offerta integrata del territorio intesa come sistema integrato di relazioni e competenze, eccellenze e identità costruito attorno al tema di Expo 2015, basato sulle tre dimensioni che costituiscono il nostro patrimonio intangibile (way of life): le eccellenze declinate attraverso la tripla A - agricoltura/alimentazione/ambiente; i servizi integrati di incoming, costituiti dall'offerta di ricettività, dai diversi cartelloni e proposte di eventi culturali; il valore aggiunto locale espresso dalla Stazione AV Mediopadana, da Reggio Children nel Centro Internazionale Loris Malaguzzi e dal driver ricerca e innovazione nel potenziale del nuovo Tecnopolo e del suo futuro ampliamento;
- che con Deliberazione della Giunta Comunale (PG n. 40636 del 26/11/2014) è stata approvata la “Convenzione tra Comitato Promotore di Expo 2015 per la città di Reggio Emilia, Comune di Reggio Emilia e Fondazione REI finalizzata alla progettazione e realizzazione delle attività e delle iniziative di promozione delle eccellenze del territorio reggiano collegate all'Esposizione Universale di Milano”, in base alla quale Fondazione REI si impegnava a “sviluppare, a propria cura e a proprie spese, con propria organizzazione di mezzi, persone e risorse finanziarie, nell'ambito delle proprie

finalità statutarie, secondo le linee strategiche e operative definite e da definirsi dal Comitato Promotore, le attività di promozione delle eccellenze del territorio reggiano”;

- che, in tale prospettiva, Fondazione Rei, incaricata dal Comitato promotore di sviluppare iniziative di promozione e commercializzazione del sistema delle imprese e della ricerca del territorio reggiano, avendo essa stessa nel proprio “Piano Attività ricerca industriale e Trasferimento tecnologico per l’Innovazione delle aziende del territorio reggiano”, ha pubblicato nell’Ottobre 2014 l’invito a presentare proposte per la creazione del brand “Reggio Emilia per Expo 2015”, un marchio-logotipo e la sua strategia di comunicazione, aprendo l’invito ad agenzie e professionisti della comunicazione del territorio di Reggio Emilia, coerentemente con lo spirito dell’intero progetto, volto a valorizzare il “made and designed in Reggio” e a sviluppare la capacità attrattiva del territorio reggiano, facendosi tramite per la valorizzazione (a partire dalla creazione del brand) di professionalità, creatività e talenti innovativi dei professionisti della comunicazione del nostro territorio;
- che la suddetta procedura ha permesso di individuare il soggetto che ha realizzato il brand e che suddetto marchio-logotipo è servito per identificare la piattaforma dell’offerta integrata, che Reggio Emilia ha costruito in relazione a Expo Milano 2015 e che è stato utilizzato da tutti i soggetti promotori e alleati del progetto, affiancandosi alle singole identità istituzionali e aziendali, per le quali ha funzionato come un amplificatore delle singole progettualità;
- che, infatti, il brand ha rappresentato il punto di partenza di una strategia di comunicazione collettiva e condivisa che, a partire dalla realizzazione di un sito web dedicato, ha diffuso i contenuti dell’offerta reggiana relativa a Expo 2015 presentando il territorio in una dimensione nuova, articolata ma compatta, promuovendo Reggio come tappa di visita ai diversi target di Expo 2015, avviando un percorso di riposizionamento di Reggio Emilia a livello nazionale e internazionale e valorizzando complessivamente il ruolo dei singoli soggetti e il modello di governance territoriale messo in campo;
- che in data 03/02/2015 Fondazione REI, su indicazione del Comitato promotore, ha depositato al Ministero dello Sviluppo Economico – Ufficio Italiano Brevetti e Marchi il marchio-logotipo WE A·RE\Reggio Emilia per EXPO 2015 creato, registrato poi in data 24/03/2015 con n. di registrazione 0001669353;

Dato atto inoltre

- che il Documento Unico di programmazione (DUP) 2016-2018, approvato unitamente al Bilancio di previsione, nell’ambito dell’Indirizzo Strategico 1 - “Progetto Di Sviluppo Economico: La Città Internazionale dell’Innovazione e della Creatività”, all’interno dell’Obiettivo 3 - “Promozione e Internazionalizzazione”, Azione 3.8 - “Promozione eccellenze produttive (progetto Expo – Dopo Expo)” definisce “fondamentale dare continuità al lavoro svolto in occasione di Expo Milano 2015”, capitalizzando e proseguendo “l’approccio sistemico integrato che è stato adottato in occasione di Reggio per Expo 2015 attraverso il progetto Expo – Dopo Expo” mettendo in campo “azioni operative finalizzate a porre e ad attribuire alle relazioni internazionali istituzionali il ruolo di strumento al servizio del sistema economico territoriale per attivare relazioni con nazioni e regioni, in particolare con la Cina, il Mozambico e il Sudafrica, che possano portare attrattività e valore aggiunto tramite progetti di filiera e di partnership al territorio di Reggio Emilia. L’obiettivo è quello di mantenere una visione dell’offerta integrata del sistema territoriale in grado di interconnettere agricoltura/alimentazione/ambiente con gli altri settori di punta del nostro sistema come ad esempio quello dell’energia, della moda, della cooperazione, della meccanica/meccatronica agricola, dei prodotti enogastronomici (Parmigiano-Reggiano, Lambrusco, ecc.)”;
- che la medesima Azione 3.8 del DUP 2016-2018 sopra citata, entrando nel merito degli strumenti e delle azioni di promozione, definisce la seguente linea di lavoro: “continuare a elaborare e condividere strumenti di promozione del territorio come avvenuto con Expo, con particolare riferimento a target internazionali per processi di internazionalizzazione sia in entrata che in uscita”.
- che, pertanto, nel post-Expo, si intende rafforzare in particolare due obiettivi strategici che rispondono a interessi differenti, seppure con occasioni di intersezione:
 - costruire partnership economiche internazionali di medio-lungo periodo;
 - aumentare la visibilità del sistema facendone crescere la reputazione;
- che il primo obiettivo coinvolge da un lato le delegazioni internazionali che vengono a Reggio Emilia e dall’altro i paesi e territori partner per implementare scambi e creare nuove opportunità per le imprese e i centri di ricerca, offrendo una rappresentazione complessiva del sistema locale articolata nei suoi prodotti e settori di eccellenza (agricoltura, educazione, moda, meccatronica, energia, cooperazione, ecc.) che sono a loro volta un target da curare, mentre il secondo punta ai turisti nelle diverse articolazioni tipologiche, offrendo un sistema di incoming composto da servizi, eventi e luoghi che promuovano la nostra storia e la nostra identità;

Rilevato

- che l'insieme degli strumenti di comunicazione che sono stati messi a sistema nel corso del 2015 in occasione di "Reggio Emilia per Expo 2015" può dunque evolvere al servizio dei nuovi obiettivi strategici e che, pertanto, in primo luogo si rende necessaria la trasformazione del marchio-logotipo WE A-RE \Reggio Emilia per EXPO 2015, che nel corso del 2015 ha identificato un soggetto collettivo (il Comitato Promotore), il quale a sua volta ha agito e comunicato in nome di un sistema territoriale che ha utilizzato e condiviso il brand contribuendo alla sua diffusione e al suo successo;
- che, in stretta continuità con il precedente, il nuovo marchio-logotipo dovrà:
 - mantenere il naming WE A-RE che esprime un'identità plurale contenendo la sigla di Reggio Emilia;
 - completarsi con un'espressione, una parola o una perifrasi che sintetizzi l'idea di un territorio in cui si sta bene, accogliente e aperto, con un'alta qualità della vita;
 - essere bilingue italiano/inglese;
 - prevedere la possibilità di declinazioni specifiche sulle eccellenze e differenti identità del territorio (es. Città del Tricolore);

Rilevato inoltre

- che Fondazione REI intestataria del deposito del marchio-logotipo WE A-RE \Reggio Emilia per EXPO 2015, ha manifestato l'intenzione di cedere il suddetto marchio-logotipo al Comune di Reggio Emilia, affinché lo stesso possa procedere, oltre all'utilizzo come già previsto e consentito dalla Convenzione tra Comitato Promotore di Expo 2015 per la città di Reggio Emilia, Comune di Reggio Emilia e Fondazione REI finalizzata alla progettazione e realizzazione delle attività e delle iniziative di promozione delle eccellenze del territorio reggiano collegate all'Esposizione Universale di Milano", anche alle necessarie modifiche alla luce di quanto sopra esposto (Rif. Allegato A);

Ritenuto quindi necessario con il presente atto procedere a

- accogliere la proposta di Fondazione REI in merito alla cessione del marchio-logotipo WE A-RE \Reggio Emilia per EXPO 2015, prevedendo la sottoscrizione del relativo contratto, nonché l'assunzione dell'impegno di spesa necessario a fare fronte a quanto in esso previsto;
- attivare le procedure di affidamento del servizio di restyling del marchio-logotipo WE A-RE \Reggio Emilia per EXPO 2015 secondo le finalità sopra indicate;

Ritenuto dunque necessario con il presente atto procedere a attivare le procedure di affidamento;

Ritenuto inoltre che il presente atto contenga gli elementi essenziali della determina a contrattare di cui all'art. 32, comma 2 del D.Lgs. 50/2016 e dell'art. 192 del D.Lgs. 267/2000, per provvedere a dare copertura finanziaria alla spesa in oggetto con contestuale assunzione della prenotazione di spesa ai sensi art. 183, comma 3, D.Lgs. 267/2000 finalizzata all'acquisto del servizio di cui trattasi;

Precisato

- che in corso di indagine per l'affidamento del servizio in oggetto, questa Amministrazione è tenuta ad approvvigionarsi attraverso le convenzioni o gli accordi quadro messi a disposizione da Consip e dalle Centrali di committenza regionali di riferimento, ovvero ad esperire proprie autonome procedure nel rispetto della normativa vigente, utilizzando i sistemi telematici di negoziazione sul mercato elettronico, ai sensi dell'art. 26 della Legge 488/1999 e successive modificazioni ed integrazioni (art. 3, comma 166, Legge 350/2003; art. 1, Legge. 191/2004; art.1, comma 16-bis, Legge. 135/2012 "Conversione in legge, con modificazioni, del decreto-legge 06/07/2012 n. 95 recante disposizioni urgenti per la revisione della spesa pubblica con invarianza dei servizi ai cittadini");

Ribadito che si ritiene di procedere mediante affidamento ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a) del D.Lgs. 50/2016 in ragione del modesto importo, della specificità del servizio ed in considerazione dei principi di economicità (uso ottimale delle risorse da impiegare nello svolgimento della selezione ovvero nell'esecuzione del contratto), efficacia (congruità dei propri atti rispetto al conseguimento dello scopo cui sono preordinati), tempestività (esigenza di non dilatare la durata del procedimento di selezione del contraente in assenza di obiettive ragioni), correttezza (condotta leale ed improntata a buona fede), libera concorrenza (effettiva contendibilità degli affidamenti da parte dei soggetti potenzialmente interessati), non discriminazione e parità di trattamento (una valutazione equa ed imparziale dei concorrenti e l'eliminazione di ostacoli o restrizioni nella predisposizione delle offerte e nella loro valutazione), rotazione, trasparenza e pubblicità, proporzionalità, adeguatezza ed idoneità dell'azione rispetto alle finalità e all'importo dell'affidamento;

Precisato

- che l'acquisizione del servizio è necessario in funzione delle competenze e attività della Policy Politiche per lo Sviluppo Economico e l'Internazionalizzazione e che il fine e l'oggetto del contratto che si andrà a stipulare riguarderà il restyling del marchio-logotipo WE A·RE \Reggio Emilia per EXPO 2015;
- che l'importo presunto ammonta ad € 1.800,00 Iva inclusa;

Rilevato

- che sono stati condotti accertamenti volti ad appurare l'esistenza di rischi da interferenza nell'esecuzione dell'appalto in oggetto e non ne sono stati riscontrati;
- che pertanto, in conformità a quanto previsto dall'art. 26, comma 3 bis del D.Lgs. 81/2008, per le modalità di svolgimento dell'appalto non sarà necessario redigere il DUVRI;

Rilevato inoltre che non sono attive convenzioni Consip di cui all'art. 26, comma 1 della Legge 488/1999 aventi ad oggetto servizi comparabili con quelli relativi alla presente procedura di approvvigionamento;

Attestato che si procederà mediante l'utilizzo del Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione in conformità a quanto disposto dall'art. 7 del D.L. 52/2012, convertito in Legge 94/2012, con affidamento diretto in conformità a quanto previsto dall'art. 36, comma 2, lett. a) del D.Lgs. 18.4.2016 n. 50, utilizzando lo strumento della R.D.O. su Consip;

Dato atto che l'individuazione del contraente avverrà mediante il criterio del prezzo più basso;

Considerato

- che in conformità alle disposizioni in materia di tracciabilità finanziaria ex art. 3, L. 136/2010, come modificato con D.L. 187/2010 convertito in Legge 217/2010, all'acquisizione del servizio in oggetto alla presente determinazione è stato attribuito il Codice Identificativo di Gara (C.I.G) Z1C1B2DF07;
- che per l'affidamento in oggetto trattandosi di importo imponibile inferiore ai 2.000,00 euro, l'emissione del buono d'ordine avrà valenza di atto di affidamento e dovrà contenere:
 - codice CIG,
 - tipologia dell' acquisto,
 - condizioni e modalità di scelta del contraente,
 - durata,
 - tempi e modalità di pagamento,
 - eventuale cauzione richiesta,
 - attestazione della congruità del servizio;
- che trattandosi di affidamento mediante ricorso al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (in particolare Consip) il perfezionamento della stipula avverrà mediante la piattaforma utilizzata;

Atteso che sul presente provvedimento si esprime, con la sottoscrizione dello stesso, parere favorevole in ordine alla regolarità e correttezza dell'azione amministrativa, così come prescritto dall'art. 147 bis del D.Lgs. 267/2000;

Dato atto

- che il documento DURC sarà recepito in atti al momento dell'individuazione dell'aggiudicatario, ai sensi dell'art. 2, L. 266/2002;
- che, ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016 e del regolamento attuativo D.Lgs. 207/2010, il responsabile del procedimento è individuato nella persona del Dirigente, Arch. Massimo Magnani;

Visti

- il D.Lgs. 267/2000 ed in particolare gli artt. 107, 183, 192;
- l'art. 56 dello Statuto Comunale;
- gli artt. 10 e 11 del vigente Regolamento sull'Ordinamento Generale degli Uffici e dei Servizi del Comune di Reggio Emilia;
- l'art. 32 del vigente Regolamento comunale di Contabilità del Comune di Reggio Emilia;
- l'art. 32, comma 2 e 36, comma 2 del D.Lgs. 50/2016;
- l'art 1 della Legge 135/2012;

DETERMINA

1. di **richiamare** la premessa a costituire parte integrante del presente dispositivo;
2. di **accogliere** la proposta di Fondazione REI in merito alla cessione del marchio-logotipo WE A·RE \Reggio Emilia per EXPO 2015, prevedendo, a seguito dell'esecutività della presente Determinazione, la sottoscrizione del relativo contratto;
3. di **impegnare** la spesa di € 1,00 (Iva inclusa) con imputazione alla Missione 07, Programma 01, Titolo 1, Codice del piano dei conti integrato necessario per la definizione della transazione elementare ex artt. 5 e 6 del D.Lgs. 118/2011 come modificato dal D.Lgs. 126/2014 1.03.02.02.999 del Bilancio 2016, al Capitolo 22129 del P.E.G. 2016 denominato "Prestazioni di servizio per attività di valorizzazione del territorio", Codice Prodotto-Progetto 2016_PG_0217, Centro di costo 0299, Codice Coge G3, Contabilità Ambientale non rilevante, codice identificativo gara (CIG) Z3B1B2DF8A;
4. di **attivare**, per le motivazioni espresse in premessa ed ai sensi delle normative vigenti citate in premessa, le procedure di affidamento diretto ex art. 36, comma 2, lett a), D.Lgs. 50/2016 per la presunta somma complessiva di € 1.800,00 (Iva inclusa), onde far fronte alla fornitura di un servizio di restyling del marchio-logotipo WE A·RE \Reggio Emilia per EXPO 2015 necessario nell'ambito delle attività di competenza del Servizio proponente;
5. di **prenotare** ai sensi art. 183, comma 3 del TUEL la suddetta spesa di € 1.800,00 (Iva inclusa), con imputazione alla Missione 07, Programma 01, Titolo 1, Codice del piano dei conti integrato necessario per la definizione della transazione elementare ex artt. 5 e 6 del D.Lgs. 118/2011 come modificato dal D.Lgs. 126/2014 1.03.02.02.999 del Bilancio 2016, al Capitolo 22129 del P.E.G. 2016 denominato "Prestazioni di servizio per attività di valorizzazione del territorio", Codice Prodotto-Progetto 2016_PG_0217, Centro di costo 0299, Codice Coge G3, Contabilità Ambientale non rilevante, codice identificativo gara (CIG) Z1C1B2DF07;
6. di **dare atto** che le modalità di affidamento e di stipula del contratto saranno quelle indicate in premessa;
7. di **dare atto** del rispetto delle disposizioni previste dal D.L. 168/2004 convertito con L. 191/2004;
8. di **disporre** l'invio al Servizio Finanziario per le procedure di cui all'art. 183, comma 7 del D.Lgs. 267/2000;
9. di **adempiere** agli obblighi di pubblicità di cui agli artt. 23 e 37 del D.Lgs. 33/2013 (Decreto Trasparenza), all'art. 1, comma 32 della L. 190/2012 e all'art. 29 del D.Lgs. 50/2016.

Si attesta che non sussistono situazioni di conflitto d'interesse in capo al Dirigente firmatario.