

Proponente: 92.A
Proposta: 2017/289

del 28/04/2017



**COMUNE DI
REGGIO NELL'EMILIA**

R.U.D. 1058

del 02/10/2017

**POLITICHE PER LO SVILUPPO ECONOMICO E
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**

Dirigente: MAGNANI Arch. Massimo

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE

OGGETTO: AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL'ART. 36, COMMA 2, LETT A) DEL D.LGS. 50/2016 A SEGUITO DI INDAGINE DI MERCATO DI UN SERVIZIO DI SOCIAL MEDIA MARKETING NELL'AMBITO DEL PROGETTO "AMITIE CODE _ AMITIE CAPITALIZING ON DEVELOPMENT" (CONTRACT N. DCI-NSAED/2014/338-472) _ CIG N. Z301DBEC2E

OGGETTO: AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL'ART. 36, COMMA 2, LETT A) DEL D.LGS. 50/2016 A SEGUITO DI INDAGINE DI MERCATO DI UN SERVIZIO DI SOCIAL MEDIA MARKETING NELL'AMBITO DEL PROGETTO "AMITIE CODE _ AMITIE CAPITALIZING ON DEVELOPMENT" (CONTRACT N. DCI-NSAED/2014/338-472) _ CIG N. Z301DBEC2E

IL DIRIGENTE

Premesso

- che con deliberazione di Consiglio Comunale n. 54 del 11/04/2017 sono stati approvati il Bilancio di Previsione 2017-2019 e il D.U.P. [Documento Unico di Programmazione];
- che con deliberazione di Giunta Comunale n. 87 del 08/06/2017 è stato approvato il Piano Esecutivo di Gestione dell'Esercizio 2017, nel quale sono stati fissati i requisiti ex art. 169 del D.Lgs. 267/2000;
- che con deliberazione di Consiglio Comunale n. 118 del 24/7/2017, 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 2017-2019 e relativi allegati";
- che con Delibera di Giunta Comunale n. 130 del 27/07/2017, dichiarata immediatamente esecutiva, è stata approvata la prima variazione al Piano Esecutivo di Gestione 2017, conseguente alla Variazione di Bilancio 2017/2019 e verifica della salvaguardia degli equilibri di Bilancio;
- che con provvedimento n. 21321 del 23.05.2015, il Sindaco ha attribuito, sino alla scadenza del proprio mandato, all'Arch. Massimo Magnani incarico di Dirigente della Policy Politiche per lo Sviluppo Economico e l'Internazionalizzazione, conferito ai sensi dell'art. 13 – Sez. A del vigente Regolamento sull'Ordinamento Generale degli Uffici e dei Servizi;

Richiamata integralmente la Determinazione Dirigenziale R.U.D. n. 1404 del 30/12/2015 "Progetto Amitie Code _ Amitie capitalizing on development _ Illustrazione progetto. Accertamento e relativi impegni di spesa";

Considerato

- che il Comune di Reggio Emilia è Partner nel Progetto AMITIE CODE _ Amitie Capitalizing On Development (Rif. Contract n. DCI-NSAED/2014/338-472), finanziato dall'Unione Europea e presentato nell'ambito della Call "Raising public awareness of development issues and promoting development education in the European Union – EuropeAid/134863/C/ACT/MULTI" dal Comune di Bologna, che è capofila e coordinatore del Progetto stesso;
- che il Progetto ha come macro obiettivo quello di lavorare con diversi territori sulla promozione del concetto di come la cooperazione internazionale possa essere uno strumento di valorizzazione, anche in chiave di sviluppo economico, delle comunità di immigrati presenti sui territori locali;
- che i soggetti coinvolti nel Progetto sono Comune di Bologna (Coordinatore), Education, Culture and Sports Department of Riga City Council _ Lettonia (Partner 1), Latvian Centre for Human Rights Council _ Lettonia (Partner 2), FAMSI - Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional _ Spagna (Partner 3), Sevilla ACOGE _ Spagna (Partner 4), Alma Mater Studiorum – Università di Bologna (Partner 5), G.V.C. - Gruppo Di Volontariato Civile onlus (Partner 6), Municipality of Reggio Emilia (Partner 7), Regione Emilia-Romagna (Partner 8), Camara Municipal de Loures _ Portogallo (Partner 9), Centro de Estudo Africanos, University Institute of Lisbon _ Portogallo (Partner 10), City of Toulouse _ Francia (Partner 11), City of Hamburg – Hamburger Volkshochschule _ Germania (Partner 12), Affiliated Entity: ECCAR - European Coalition of Cities Against Racism _ Germania;
- che le tematiche principali del Progetto riguardano in sintesi:
 - attività di cooperazione territoriale e decentrata;
 - immigrazione e mobilità come motore per una crescita inclusiva e sostenibile;
 - protezione dei diritti umani, uguaglianza e giustizia;
 - giovani e urbanizzazione sostenibile;
 - coerenza delle politiche per lo sviluppo;
- che gli obiettivi generali individuati nel Progetto sono:
 - ☐ valorizzare il ruolo educativo che le esperienze locali possono avere sulla cittadinanza;
 - ☐ valorizzare il ruolo di attori / persone della cooperazione allo sviluppo per lo sviluppo globale;
 - ☐ mostrare i risultati della cooperazione allo sviluppo;
 - ☐ rafforzare le capacità degli attori locali nel campo dell'educazione informale,

- rafforzare il ruolo delle Amministrazioni nell'agire come catalizzatori dei cambiamenti sociali;
 - coinvolgere attivamente i giovani nella promozione di parità, diritti umani e modi di vita sostenibili;
 - rafforzare le competenze distintive di insegnanti, dipendenti pubblici e Associazioni di immigranti nell'ambito delle azioni basate su approcci incentrati sui diritti umani;
 - sensibilizzare cittadini e Autorità locali riguardo ruolo e risultati della cooperazione allo sviluppo in un mondo in continua evoluzione (con particolare riguardo all'ambito Europa-Africa);
 - rafforzare le politiche sull'immigrazione e la cooperazione allo sviluppo delle Autorità locali e regionali europee;
- che i gruppi target del Progetto sono: Autorità locali, Associazioni di Autorità locali, studenti di scuola superiore, insegnanti di scuola superiore, cittadini, Associazioni di immigrati, stakeholders della cooperazione allo sviluppo;
 - che i beneficiari finali saranno Autorità locali europee, studenti di scuola superiore, cittadini, immigrati;
 - che il Progetto prevede sei Azioni

Work Package	Contenuti
Azione 1 Capitalizzazione e coinvolgimento degli stakeholders	• Elaborazione output di Progetto • Seminario di capitalizzazione • Elaborazione linee guida del Progetto • Inclusione di elementi di gestione della sostenibilità nel processo di lavoro • Identificazione degli stakeholders locali e attivazione di piattaforme locali • Eventi di sensibilizzazione
Azione 2 Approcci di formazione innovativi per lo sviluppo	• Istituzione di gruppi di lavoro e coinvolgimento di esperti internazionali • Elaborazione di moduli di formazione per insegnanti locali • Elaborazione di corsi di formazione per i dipendenti pubblici locali • Organizzazione e realizzazione di moduli di formazione • Elaborazione di linee guida politiche e piani d'azione locali • Tavole rotonde finali ed eventi di visibilità
Azione 3 La prossima generazione di scuole	• Elaborazione e lancio di un concorso scolastico per una campagna di comunicazione in materia di parità e diritti umani • Creazione di gruppi di lavoro composti da giovani e mediatori • Creazione di una pagina Facebook • Azioni mirate all'apprendimento cooperativo in tema di cooperazione allo sviluppo e creazione di reti tra progetti esistenti • Realizzazione di una campagna di comunicazione e di altre produzioni creative • Organizzazione di eventi finali di visibilità locale • Attività di disseminazione delle produzioni creative realizzate
Azione 4 2015EYD Festival Internazionale dello Sviluppo	• Sondaggio online riguardante le informazioni di cui i cittadini hanno bisogno in tema di cooperazione allo sviluppo • Coinvolgimento di partner nazionali e internazionali per il Festival • Lancio una call internazionale per la partecipazione al Festival • Produzione e diffusione di materiale audiovisivo sul Festival
Azione 5 Diffusione On- e off-line e strategie di visibilità	• Definizione di un progetto di diffusione e di una strategia di visibilità • Adattamento dell'immagine coordinata • Implementazione e gestione del sito web e dell'account del Progetto su social media

	• Lancio di una competizione per la produzione di una web-serie internazionale sulle tematiche del Progetto • Organizzazione di un tour delle produzioni realizzate • Traduzione degli strumenti di comunicazione e diffusione
Azione 6 Coordinamento generale e gestione del Progetto	• Governance del Progetto • Amministrazione e coordinamento finanziario • Coordinamento tecnico e scientifico • Monitoraggio e controllo qualità • Valutazione

- che i Partner sono responsabili per lo svolgimento delle attività di Progetto specifiche come indicato nel Grant Contract e in coerenza con il budget di Progetto e devono in particolare:
 - realizzare le azioni previste dal Progetto e prendere tutte le misure necessarie e ragionevoli per assicurare che le azioni si svolgano in conformità con quanto previsto nel Grant Contract; a tal fine, i Partner devono agire con efficienza, trasparenza e diligenza, in linea con il principio della sana gestione finanziaria e con le best practice del settore;
 - rispettare gli obblighi previsti nel Grant Contract;
 - partecipare in modo proattivo a tutte le attività, così come previste nel piano di lavoro;
 - mettere in atto tutte le azioni dovute per evitare ritardi e superare gli eventuali ostacoli per lo sviluppo delle azioni così come descritte nel piano di lavoro;
 - rispettare le scadenze fissate nel Progetto;

Specificato, in relazione alle attività previste dal Progetto, quanto segue:

- **Azione 5 - On- and Off-line dissemination and visibility strategy**
 - il WP 5 ha lo scopo di
 - aumentare la visibilità dell'azione e diffondere i risultati e le metodologie di Progetto a livello locale, nazionale e internazionale (Europa e Paesi dei Partner di Progetto);
 - stimolare partenariati e reti locali;
 - informare e coinvolgere le comunità locali;
 - aumentare la consapevolezza circa l'interdipendenza globale e l'importanza dei Paesi in via di sviluppo (in particolare quelli dell'Africa) per l'Europa, attraverso stimoli da parte delle comunità locali e fornendo nuove visioni;
 - migliorare la governance democratica e il livello di attenzione verso i diritti umani nei Paesi europei e in via di sviluppo, riconoscendo il ruolo positivo di Autorità locali, comunità locali e cittadini;
 - promuovere la partecipazione attiva delle comunità in collegamento con gli immigrati e le comunità di Paesi terzi (in particolare Paesi africani);
 - aumentare l'impegno e la partecipazione attiva dei giovani nella promozione di tematiche sullo sviluppo;
 - il Comune di Reggio Emilia è il capofila di questa Azione, promuovendo e coordinando la progettazione e l'attuazione della strategia di diffusione e visibilità; la strategia deve essere definita garantendo un coordinamento stabile con l'Applicant e tutti i Partner coinvolti, che saranno chiamati a contribuire alla definizione del piano di comunicazione e alla realizzazione delle attività in ogni Paese;
 - l'implementazione sarà realizzata in particolare attraverso ICT e nuove tecnologie (social networking, applicazioni); l'impiego di nuove tecnologie (sito web, social network, digitalizzazione) dovrà garantire la massima diffusione a livello locale e internazionale, valorizzando la partecipazione attiva di attori provenienti da gruppi informali - giovani, blogger, Associazioni, altre parti interessate sia europee che africane;
 - il piano di comunicazione deve essere implementato da collegamenti internazionali e nazionali di tutti i Partner; in particolare, la strategia di comunicazione e visibilità prevede il rafforzamento grazie ai collegamenti con le reti internazionali a cui ciascun Partner appartiene e alle relazioni con i Paesi come Mozambico, Sud Africa, Tunisia, Egitto, Brasile, Albania, ecc.;
 - il piano di comunicazione deve contribuire ad accrescere il dialogo e il dibattito sui temi dello sviluppo e dell'interdipendenza nei Paesi in cui i Partner hanno rapporti e collaborazioni attive, aumentando la visibilità dell'azione e diffondendo i risultati del Progetto sia a livello locale che internazionale (Europa e nazioni dei Paesi Partner);

- tutte le attività di comunicazione e di visibilità sono strettamente collegate e intrecciate con tutte le azioni del Progetto e devono utilizzare, per quanto possibile, un approccio partecipativo al fine di coinvolgere i beneficiari e i gruppi target nella produzione dei materiali;
- utilizzando ICT e nuovi media, verrà progettata e realizzata una campagna sui social media che durerà almeno fino alla conclusione del Progetto e sarà pubblicizzata attraverso marketing *ad hoc* dal Communication Manager;
- il piano di comunicazione deve prevedere una definizione di immagine coordinata del Progetto, un sito web del Progetto e account su social media; in particolare, il piano di comunicazione deve prevedere anche azioni di comunicazione offline e online (a livello internazionale e locale) su linee d'azione del Progetto, promozione di eventi volti a diffondere temi e risultati del Progetto, promozione di una web-serie professionale e di un concorso internazionale di produrre immagini e video;
- l'obiettivo finale è quello di aumentare la consapevolezza tra giovani, pubblico generale, insegnanti e dipendenti pubblici circa l'interdipendenza tra temi globali e vita quotidiana dei cittadini europei;
- la mostra cinematografica itinerante sarà in tour nelle città partner, che organizzeranno proiezioni durante occasioni ad alta visibilità e nelle scuole; ulteriori proiezioni saranno incoraggiate promuovendo la selezione dei filmati in festival cinematografici dedicati ai temi diritti umani, sviluppo e questioni relative all'immigrazione;
- la rassegna cinematografica verrà contemporaneamente lanciata online attraverso i canali social e i forum digitali per sollecitare confronti e ulteriori scambi;
- un secondo lavoro nell'ambito della comunicazione transnazionale, riguarda la creazione di una mostra interattiva con web app da scaricare in un formato utile per la lettura e la visualizzazione di video e immagini; la mostra deve affrontare i principali aspetti del Progetto mirando a offrire occasioni di dibattito e a sensibilizzare l'utente verso i temi trattati; la mostra deve includere fotografie, immagini, interviste relative alle attività di Progetto svolte, con opzioni multilingua e deve prevedere opportunità di interazione per l'utente; documentazione e contenuti saranno resi disponibili per la condivisione attraverso le principali networkings sociali; la mostra sarà disponibile per tutti i Paesi che sostengono dibattiti e iniziative locali, anche dopo la chiusura del Progetto; la mostra ha quindi lo scopo di informare e spingere le persone e le nuove generazioni a riflettere sul dialogo interculturale, sulle linee d'azione per una crescita inclusiva e sostenibile, sul valore della cittadinanza attiva e della diplomazia tra persone;
- i risultati attesi dell'Azione sono:
 - ampia visibilità del Progetto a livello locale (comunità locali), nazionale e internazionale (Unione Europea e Paesi Partner);
 - potenziamento di partenariati e reti locali;
 - aumento della consapevolezza delle comunità locali sui temi dello sviluppo e delle nuove sfide di un mondo interdipendente;
 - diffusione dei risultati del Progetto e delle metodologie all'interno delle comunità e degli attori locali;
 - maggiore consapevolezza circa importanza dei Paesi in via di sviluppo per l'Europa e la loro interdipendenza;
 - maggiore riconoscimento del ruolo positivo di Autorità locali, comunità locali e cittadini che possono avere un ruolo per migliorare la situazione dei diritti umani nei Paesi europei e in quelli in via di sviluppo;

Sottolineato

- che per quanto riguarda le spese è previsto che il Coordinatore e i Partner sostengano le spese necessarie alla realizzazione di quanto di propria competenza in relazione alle azioni allo stesso affidate nell'ambito della realizzazione del Progetto, in conformità con il Budget, il Grant Agreement e il Partnership Agreement;
- che per quanto riguarda il pagamento delle quote di finanziamento da parte Unione Europea, le stesse vengono liquidate ai Partner da parte del Coordinatore secondo le tempistiche previste nel Progetto;
- che le prime tranche relative alle annualità 2015 e 2016, pari rispettivamente ad € 72.220,54 ed € 78.366,69, sono già state versate al Comune di Reggio Emilia dal Comune di Bologna, in veste di Coordinatore del Progetto (Rif. Accertamenti nn. 2015/5828 e 2016/1128 - Reversali nn. 2015/8071 e 2016/7988);
- che la parte di cofinanziamento del Comune di Reggio Emilia sarà totalmente finanziata in kind;

Evidenziato

- che è necessario procedere con l'affidamento del servizio di Social Media Marketing afferente alle attività legate all'Azione 5 - On- and Off-line dissemination and visibility strategy, come indicato, articolato e descritto nel Progetto;
- che il servizio di Social Media Marketing ha i seguenti specifici obiettivi:
 - promozione di una attività di sensibilizzazione nei social network rivolta alle nuove generazioni dei Paesi Europei alle tematiche della cooperazione internazionale e del ruolo delle comunità di migranti in questi processi attraverso contenuti scritti nelle lingue dei Partner di Progetto;
 - implementazione dei contatti delle pagine e dei profili dei social network di Progetto, allo scopo anche di rafforzare con specifiche campagne le attività promosse dai Partner di Progetto sia a livello territoriale che di singoli Paesi, con la possibilità di realizzare post e contenuti in lingua targettizzati;
 - promozione di una strategia per raggiungere tramite la campagna social un pubblico non esperto nelle tematiche del Progetto, cercando di valorizzare anche i prodotti realizzati dagli Amities Youth Team tramite i social;
 - implementazione e creazione di contatti con altri canali, profili e pagine che operano a livello europeo e a livello internazionale sulla cooperazione internazionale e sul ruolo delle comunità migranti nei processi di cooperazione;
 - creazione di un punto di contatto, confronto e sensibilizzazione;
 - implementazione dei follower e dei "Mi Piace" dei social media di Progetto;
- che il servizio di gestione, implementazione e monitoraggio della Social Media Campaign, consistente nella gestione della creazione di contenuti al fine di promuovere le tematiche del Progetto da svolgersi dalla data dell'affidamento del servizio fino alla conclusione del Progetto;
- che le attività dovranno avere l'obiettivo di implementare i contatti con le pagine e i profili di Progetto, diffondere i contenuti (testuali, video o di immagini) in un contesto europeo e internazionale;
- che la Social Media Campaign sarà attiva fino alla fine del Progetto e dovranno essere programmati anche contenuti in lingua rivolti a uno specifico target paese (in caso di iniziative locali promosse dai singoli Partner di Progetto);
- che ogni mese dovrà essere prodotto un report – in lingua inglese – di descrizione della strategia della campagna accompagnato dai risultati in termini qualitativi e quantitativi;
- che la Social Media Campaign avrà inoltre l'obiettivo di promuovere l'accesso e l'uso degli strumenti utilizzati dal Progetto e in particolare della Web-App exhibition e dovrà diffondere i contenuti e i temi di Progetto e fornire informazioni e nuove opportunità di dialogo online nei canali social di Progetto con i Paesi Partner di progetti di cooperazione e con le comunità di migranti coinvolte;
- che dovranno essere raggiunti gli obiettivi specificati fornendo:
 - informazioni generali sulla quota effettiva di investimento per la promozione dei contenuti di Progetto;
 - targettizzazione e definizione aree geografiche, gruppi, pagine e fasce di età a cui le campagne vengono indirizzate;
 - report e analisi periodici dei risultati raggiunti;
 - strategia di connessione a iniziative, eventi, campagne internazionali che hanno elementi di contatto con le tematiche di Progetto;

Ricordato

- che il D.L. 6 luglio 2012, n. 95, convertito con L. 135/2012, all'art. 1 prevede l'obbligo per le Pubbliche Amministrazioni di provvedere all'approvvigionamento attraverso gli strumenti di acquisto messi a disposizione dal Consip S.p.A.;
- che in corso di indagine per l'affidamento di forniture e/o servizi, 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");
- 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;

Dato atto

- che con Provvedimento Dirigenziale R.U.A.D. n. 2017/107 si è provveduto a pubblicare un Avviso esplorativo di indagine di mercato finalizzato alla ricerca di proposte per l'affidamento diretto ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett a) del D.Lgs. 50/2016 di un servizio di Social Media Marketing nell'ambito del Progetto "AMITIE CODE _ Amitie Capitalizing On Development", contenente i requisiti di partecipazione, la descrizione dell'attività richiesta, i criteri di valutazione per la scelta della miglior proposta presentata, la stima presunta del valore dell'affidamento, le modalità e i termini di presentazione delle proposte ai fini dell'utilizzo del mercato elettronico di per il successivo affidamento;
- che, come previsto dalla normativa vigente, il suddetto Avviso è stato affisso all'Albo Pretorio dal per almeno n. 15 giorni consecutivi, nonché pubblicato sul profilo del Committente;
- che alla data di scadenza indicata nell'Avviso stesso sono validamente pervenute a mezzo PEC n. 2 offerte: Genesi S.r.l. (PG n. 2017/16086) e Kalimera S.r.l. (PG n. 2017/15953);
- che le suddette offerte validamente pervenute contengono la documentazione corretta come prevista nella Sezione "DESCRIZIONE E CONTENUTI DELLA PROPOSTA DA PRESENTARE" dell'Avviso stesso, ovvero:
 - A) *Domanda di partecipazione all'indagine di mercato come da modello allegato, accompagnata da copia fotostatica del documento di identità del sottoscrittore;*
 - B) *Presentazione del partecipante (massimo 6 facciate di foglio A4 – f.to pdf – testo corpo 12) che comprenda:*
 - *curriculum;*
 - *portafoglio clienti;*
 - *elenco descrittivo dei lavori svolti simili a quello oggetto dell'indagine con riferimento a titolo del Progetto, committente, periodo di progettazione e sviluppo;*
 - *descrizione della struttura organizzativa che, in caso di affidamento, svilupperà il servizio;*
 - C) *Proposta tecnica relativa al servizio di gestione, implementazione e monitoraggio della Social Media Campaign, consistente nella gestione della creazione di contenuti al fine di promuovere le tematiche del Progetto da svolgersi dalla data dell'affidamento del servizio fino alla conclusione del Progetto - data conclusione Progetto prevista 20.01.2018 – (massimo 6 facciate di foglio A4 – f.to pdf – testo corpo 12).*

I contenuti dovranno avere l'obiettivo di implementare i contatti con le pagine e i profili di Progetto, diffondere i contenuti (testuali, video o di immagini) in un contesto europeo e internazionale. La Social Media Campaign sarà attiva fino alla fine del Progetto e dovranno essere programmati anche contenuti in lingua rivolti a uno specifico target paese (in caso di iniziative locali promosse dai singoli Partner di Progetto).

Ogni mese dovrà essere prodotto un report – in lingua inglese – di descrizione della strategia della campagna accompagnato dai risultati in termini qualitativi e quantitativi.

La Social Media Campaign avrà inoltre l'obiettivo di promuovere l'accesso e l'uso degli strumenti utilizzati dal Progetto e in particolare della Web-App exhibition.

La Social Media Campaign dovrà diffondere i contenuti e i temi di Progetto e fornire informazioni e nuove opportunità di dialogo online nei canali social di Progetto con i Paesi Partner di progetti di cooperazione e con le comunità di migranti coinvolte.

La social media campaign dovrà raggiungere gli obiettivi specificati fornendo:

 - *informazioni generali sulla quota effettiva di investimento per la promozione dei contenuti di Progetto;*
 - *targettizzare e definire per le singole campagne aree geografiche, gruppi, pagine e fasce di età a cui le campagne vengono indirizzate;*
 - *report e analisi periodici dei risultati raggiunti;*
 - *strategia di connessione a iniziative, eventi, campagne internazionali che hanno elementi di contatto con le tematiche di Progetto.*
 - D) *Proposta economica con indicazione del valore economico complessivo della proposta tecnica presentata espresso in euro, al netto dell'Iva di legge dovuta.*
- che i soggetti che hanno presentato le proposte validamente pervenute possiedono tutte i requisiti previsti dal bando, ovvero:
 - *iscrizione entro la data di scadenza dell'avviso, al Mercato Elettronico per la fornitura di prodotti/servizi corrispondente ad almeno uno dei seguenti CPV: 79340000-9 Servizi pubblicitari e di marketing; 79341000-6 Servizi pubblicitari; 79341100-7 Servizi di consulenza pubblicitaria; 79341200-8 Servizi di gestione pubblicitaria; 79341400-0 Servizi di campagne pubblicitarie; 79342000-3 Servizi di marketing; 79342100-4 Servizi di marketing diretto; 79342200-5 Servizi promozionali;*
 - *possesso dei requisiti di cui agli artt. 80 e 83 comma 3 del D.Lgs. 50/2016, nonché dei requisiti minimi di idoneità professionale, capacità economico finanziaria e di capacità tecnica e professionale, da dichiararsi in conformità alle disposizioni di cui al D.P.R. 445/2000.;*

- che, come previsto nell'Avviso alla Sezione "CRITERI DI VALUTAZIONE", il RUP ha proceduto a alla valutazione delle proposte pervenute prevedendo l'assegnazione di un punteggio massimo di complessivi 100 punti, suddiviso come segue: Proposta tecnica - Punti massimi 70; Proposta economica - Punti massimi 30;
- che le proposte tecniche sono state valutate secondo i criteri indicati nella suddetta Sezione dell'Avviso ottenendo i seguenti punteggi:

	Punteggio massimo	Punteggio ottenuto	
		GENESI S.R.L.	KALIMERA S.R.L.
• Qualità del curriculum	5	2	3,5
• Descrizione della strategia di comunicazione della campagna social del soggetto proponente	15	6	13
• Qualità della proposta e quantità e durata di inserzioni proposte considerando una media di spesa giornaliera per la durata del Progetto	20	10	18
• Efficacia della proposta, intesa come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi specifici	10	5	8
• Creatività e originalità della proposta	15	7,5	11
• Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi prefissati	5	2	4
TOTALE	70	32,5	57,5

- che le proposte economiche sono state valutate sulla base della formula indicata nell'Avviso e che pertanto i punteggi ottenuti risultano i seguenti:
 - importo stimato per l'affidamento: € 15.500,00
 - punteggio massimo previsto: 30
 - formula

$$\frac{\text{ribasso offerto}}{\text{ribasso massimo}} \times 30$$

Proponente	Punteggio ottenuto
GENESI S.R.L.	30
KALIMERA S.R.L.	7,12

- che pertanto i punteggi complessivamente ottenuti risultano:

Proponente	Punteggio proposta tecnica	Punteggio proposta economica	Punteggio TOTALE
GENESI S.R.L.	32,5	30	62,50
KALIMERA S.R.L.	57,5	7,12	64,62

Considerato quindi di procedere, come previsto nell'Avviso, con affidamento diretto ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a) del D.Lgs. 50/2016 tramite procedura telematica, da espletarsi tramite l'utilizzo del Mercato Elettronico in conformità a quanto disposto dall'art. 7 del D.L. 52/2012 convertito in Legge 94/2012, alla Ditta Kalimera S.r.l. (P.Iva e C.F. 02541710352, con sede a Reggio Emilia, Via Ca' Soncini n. 8), la cui proposta è risultata quella avente ottenuto il punteggio complessivo maggiore;

Rilevato

- che le risorse economiche necessarie alla copertura della spesa relativa all'affidamento sono state previste sul pertinente Capitolo del Bilancio comunale sulla base dei finanziamenti assegnati dall'Unione Europea e versati al Comune da parte del Comune di Bologna in qualità di Lead Partner del Progetto [Rif. Capitolo 33175 del P.E.G. 2017 denominato "Prestazioni di servizi per eventi nell'ambito del Progetto Amitie" (Missione 19, 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, Codice Prodotto-Progetto 2017_PG_0213, Centro di Costo 0102), Capitolo finanziato con entrate da contributi (Rif.

Accertamenti nn. 2015/5828 e 2016/1128) di cui al Capitolo 3474/2 del P.E.G. 2017 denominato "Trasferimento da Enti Locali per Progetto Amitie" (Titolo 2, 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 2.01.01.02.003, Codice Prodotto-Progetto 2017_PG_0213, Centro di Costo 0102, codice Coge BC) interamente incassate (Rif. - Reversali nn. 2015/8071 e 2016/7988)];

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 e che non sussistono conseguentemente costi per la sicurezza;
- 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'affidamento in oggetto alla presente atto è stato attribuito il seguente Codice Identificativo di Gara (C.I.G): Z301DBEC2E;
- in conformità all'art. 13 del Regolamento comunale per la disciplina dei contratti ed all'art. 32, comma 14 del D.Lgs. 50/2016, il contratto verrà stipulato in forma di scrittura privata non autenticata secondo le modalità previste dalla piattaforma informatica del Mercato Elettronico utilizzata per l'acquisto;
- che il documento DURC sarà recepito a cura del Responsabile del procedimento ai sensi dell'art. 2 della Legge 266/2002;
- che, in conformità all'art.13 del Regolamento comunale per la disciplina dei contratti e l'art. 32, comma 14 del D.Lgs. 50/2016 il contratto verrà stipulato in forma di scrittura privata non autenticata secondo le modalità previste dalla piattaforma informatica del Mercato Elettronico utilizzato;

Dato atto

- che il presente atto contiene 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 alle spese in oggetto con contestuale assunzione degli impegni di spesa ai sensi art. 183, comma 3, D.Lgs. 267/2000 finalizzati all'acquisto di quanto sopra descritto;
- che ai sensi dell'art. 31 del D.Lgs. 50/2016, il Responsabile Unico del Procedimento è individuato nella persona del Dirigente delle Politiche per lo Sviluppo Economico e l'Internazionalizzazione, Arch. Massimo Magnani;

Attesa la competenza del Dirigente all'adozione del presente atto, ai sensi dell'art. 107 del D.Lgs. 267/2000 e degli artt. 3 "Atti di organizzazione" e 14 "Competenze e responsabilità dirigenziali" del vigente Regolamento sull'Ordinamento Generale degli Uffici e dei Servizi;

Atteso inoltre 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;

Visti

- il D.Lgs. 267 /2000 ed in particolare gli articoli 107 e 192;
- la Legge 190/2012 ed in particolare l'art. 1 comma 32;
- il D.Lgs. 33/2013 e s.m.i. ed in particolare gli artt. 11 e 37;
- il D.Lgs. 50/2016 ed in particolare gli artt. 36, 37 e 63 comma 2;
- il D.P.R. 207/2010 per le parti ancora in vigore;
- la Legge 488/1999 ed in particolare l'art. 26;
- il D.Lgs. 81/2008 ed in particolare l'art. 26 comma 6;
- l'art. 3 della Legge 136/2010 in materia di tracciabilità dei pagamenti;
- il D.M. n. 55 del 03/04/13 e il D.L. n. 66 del 24/04/14 in materia di fatturazione elettronica per le Pubbliche Amministrazioni;
- lo Statuto Comunale ed in particolare l'art. 52 comma 1 e l'art. 53;
- il vigente Regolamento sull'Ordinamento Generale degli Uffici e dei Servizi ed in particolare l'art. 11;
- il vigente Regolamento comunale di Contabilità del Comune di Reggio Emilia;
- il vigente Regolamento comunale per la disciplina dei contratti;

- le Linee guida ANAC n. 4 di attuazione del D.Lgs. 50/2016 recanti “Procedure per l'affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e formazione e gestione degli elenchi di operatori economici” approvate dal Consiglio dell'Autorità con delibera n. 1097 del 26.10.2016;
- la Deliberazione G.C. n. 36 del 9.3.2017, relativa a “Approvazione aggiornamento del Piano di prevenzione della corruzione del Comune di Reggio Emilia triennio 2017/19” - Allegato “Integrazione misure gestione rischio corruttivo – Appalti di valore inferiore a € 40.000”
- la Circolare Segretario generale P.G. 30472 del 30/3/2017 recante “Nuove indicazioni operative in materia di affidamento di lavori, servizi e forniture sotto soglia comunitaria”;

DETERMINA

- di **affidare**, per i motivi indicati in premessa, a seguito della valutazione delle offerte validamente pervenute secondo quanto disposto nell'Avviso esplorativo di indagine di mercato finalizzato alla ricerca di proposte per l'affidamento diretto ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett a) del D.Lgs. 50/2016 di un servizio di Social Media Marketing afferente alle attività legate all'Azione 5 - On- and Off-line dissemination and visibility strategy nell'ambito del Progetto “AMITIE CODE _ Amitie Capitalizing On Development” di cui al Provvedimento Dirigenziale R.U.A.D. n. 2017/107 il suddetto servizio al soggetto che ha presentato la proposta che ha ottenuto il maggior punteggio complessivo, ovvero alla Ditta Kalimera S.r.l. (P.Iva e C.F. 02541710352, con sede a Reggio Emilia, Via Ca' Soncini n. 8), dando atto che l'affidamento dello stesso avverrà tramite procedura negoziata telematica, con affidamento diretto ai sensi dell'art. 36, comma 2 lett. a) del D.Lgs. 50/2016, da espletarsi tramite l'utilizzo del Mercato Elettronico in conformità a quanto disposto dall'art. 7 del D.L. 52/2012, convertito in Legge 94/2012;
- di **dare atto** che la copertura delle spese relative all'affidamento del servizio in oggetto, ammontanti a complessivi euro € 15.006,00 lordi, avverrà con imputazione al Capitolo 33175 del P.E.G. 2017 denominato “Prestazioni di servizi per eventi nell'ambito del Progetto Amitie” (Missione 19, 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, Codice Prodotto-Progetto 2017_PG_0213, Centro di Costo 0102), Capitolo finanziato con entrate da contributi (Rif. Accertamenti nn. 2015/5828 e 2016/1128) di cui al Capitolo 3474/2 del P.E.G. 2017 denominato “Trasferimento da Enti Locali per Progetto Amitie” (Titolo 2, 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 2.01.01.02.003, Codice Prodotto-Progetto 2017_PG_0213, Centro di Costo 0102, codice Coge BC) interamente incassate (Rif. - Reversali nn. 2015/8071 e 2016/7988);
- di **impegnare** la spesa di € 15.006,00 con imputazione alla Missione 19, Programma 01, Titolo 1, Codice del piano dei conti integrato necessario per la definizione della transazione elementare ex art. 5 e 6 del D.Lgs. 118/2011 come modificato dal D.Lgs. 126/2014 1.03.02.02.999, del Bilancio 2017, al Capitolo 33175 del P.E.G. 2017 denominato “Prestazioni di servizi per eventi nell'ambito del Progetto Amitie”, Codice Prodotto-Progetto 2017_PG_0213, Centro di Costo 0102, contabilità Ambientale non rilevante, Codice identificativo gara (CIG) Z301DBEC2E;
- di **dare atto** che l'affidatario è stato preventivamente informato che non sussistono rischi da interferenza e che il costo della sicurezza è pertanto pari a zero;
- di **dare atto** che, la spesa complessiva in oggetto non soggiace alle limitazioni di cui all'art. 6, comma 8 del D.L. 78/2010, convertito con modificazioni dalla Legge n. 122/2010;
- di **disporre** che il pagamento verrà effettuato a seguito di presentazione di adeguata documentazione fiscalmente valida, debitamente controllata in ordine alla regolarità formale e fiscale e ottemperando a quanto disposto dalla normativa relativa all'obbligo di fatturazione elettronica e tracciabilità dei pagamenti;
- di **adempiere** agli obblighi di pubblicità di cui agli art. 23 e 37 di cui al D.Lgs. 33/2013 (Decreto Trasparenza), all'art. 1, comma 32 della L. 190/2012 ed all'art. 29 del D.Lgs. 50/2016;
- di **dare atto** che il presente provvedimento non rientra nell'obbligo di invio alla Sezione Regionale di Controllo della Corte dei Conti, ex art. 1, comma 173 della Legge 266/2005 e secondo le indicazioni

operative emanate dalla Corte dei Conti – Sezione Regionale di Controllo per l'Emilia-Romagna per ottemperare all'obbligo di cui al comma in parola;

- di **disporre** l'invio al Servizio Finanziario per le procedure di cui all'art. 183, comma 7 del D.Lgs. 267/2000, posto che lo stesso sarà efficace ed eseguibile solo dopo l'apposizione del visto di regolarità contabile.

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