

OGGETTO: DETERMINAZIONE A CONTRARRE PER SERVIZI E FORNITURE PER IMPORTI DA 40.000,00 A 208.999,99 EURO (art. 36, co. 2, lett. b), Codice appalti)

TITOLO: GARA CAMPAGNA RADIO "LATTE NELLE SCUOLE ANNO SCOLASTICO 2017/2018" - Base d'asta euro 168.000,00 (IVA esclusa)

IL DIRIGENTE DELL'AREA REGOLAZIONE DEL MERCATO

VISTI

- lo Statuto dell'Unioncamere approvato con D.M. del 25 luglio 2012 e pubblicato sulla G.U. n. 221 del 21 settembre 2012;
- il D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, pubblicato sulla G.U. n. 91 del 19 aprile 2016 e recante Disposizioni in materia di appalti pubblici di beni, servizi e lavori;
- l'art. 7, commi 1 e 2, del D.L. 7 maggio 2012, n. 52, convertito con la L. 6 luglio 2012, n. 94;
- il programma biennale degli acquisti di beni e servizi per gli anni 2017 e 2018;
- i poteri di spesa dei singoli dirigenti e le procedure, disciplinati negli ordini di servizio n. 1/2009 e n. 2/2010;
- il budget direzionale assegnato dal segretario generale al dirigente dell'Area Regolazione del mercato per la realizzazione del programma di iniziative per l'anno 2018;

CONSIDERATO CHE

- il Servizio Promozione e Qualificazione delle filiere del Made in Italy, dell'Area Regolazione del mercato, nell'ambito delle attività programmate per l'esercizio in corso ha la necessità di selezionare un operatore economico qualificato per la realizzazione di una campagna radio a livello nazionale per il Programma "Latte nelle scuole - anno scolastico 2017/2018", da realizzarsi nel periodo in cui si svolgeranno le distribuzioni dei prodotti nelle scuole aderenti al Programma stesso, da parte degli operatori incaricati dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali;
- questa attività rientra nella nuova collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali - Direzione Generale della qualità agroalimentare e dell'ippica, con il quale l'8 agosto 2017 è stata sottoscritta una Convenzione finalizzata all'attuazione di specifiche attività correlate al Programma Latte nelle scuole, anno scolastico 2017-2018;

- nella riunione del 9 gennaio 2018 del “Tavolo di indirizzo e monitoraggio” - previsto dalla Convenzione del 8 agosto 2017 con il Ministero – si è convenuto di realizzare una campagna radiofonica, con un investimento di circa 200/210mila euro (inclusa IVA), attraverso la diffusione di uno spot di 30”, tra fine marzo e fine maggio 2018, attraverso almeno 3 emittenti radiofoniche nazionali, in modo da garantire la maggiore copertura possibile degli ascoltatori (dati dell’indagine Tavolo Editori Radio - Ter 1° semestre 2017) per:
 - incentivare la corretta educazione alimentare che comprende il consumo di latte e latticini tra i bambini che frequentano la scuola primaria (6-11 anni), sfatando e confutando gli elementi negativi che ultimamente vengono associati al consumo del latte e dei latticini;
 - far conoscere il Programma e le sue finalità e quindi l’impegno della Commissione europea per la salvaguardia della salute dei consumatori e delle future generazioni anche indicando il legame tra i prodotti lattiero-caseari e la dieta mediterranea ;
- nel mercato della pubblicità radiofonica, come evidenziato anche dall’Autorità Garante della concorrenza e del mercato (adunanza del 13 aprile 2016) *“gli editori radiofonici si affidano alle concessionarie pubblicitarie per effettuare la raccolta. Nel mercato prevalgono due modelli di business. Nel primo di questi, le emittenti radiofoniche si affidano alle concessionarie interne al gruppo, con una logica di tipo captive. Questo modello riguarda principalmente gli editori radiofonici nazionali più grandi o facenti parte di gruppi societari operanti in diversi settori media. Nella seconda tipologia di modello, riscontrabile nei casi di editori radiofonici nazionali di più modesta dimensione o di emittenti radiofoniche locali, gli editori radiofonici affidano la propria raccolta pubblicitaria a soggetti terzi”*;
- il Servizio Promozione e Qualificazione delle filiere del Made in Italy ha effettuato gli approfondimenti e le ricerche necessarie, anche ai fini della individuazione della base d’asta, riportate nella allegata relazione tecnica (ai sensi del dell’art.36, comma 2, lettera b), rilevando che le emittenti radio in grado di soddisfare i requisiti (radio con almeno 4 milioni di ascoltatori nel giorno medio, secondo i dati dell’indagine Tavolo Editori Radio - Ter 1° semestre 2017) della campagna radio concordata con il Ministero, sono le seguenti:
 - RTL 102.5;
 - RADIO DEEJAY;
 - RADIO 105;
 - RDS 100% GRANDI SUCCESSI;
 - RADIO ITALIA SOLOMUSICAITALIANA;
- occorre, quindi, avvalersi di un unico operatore economico (intermediario) in grado di garantire la pianificazione e l’acquisto degli spazi radio tra 3 delle principali emittenti nazionali, in modo da raggiungere un ampio numero di persone nel periodo in cui si svolgeranno le distribuzioni dei prodotti nelle scuole aderenti al Programma che, secondo la programmazione del Ministero, è compreso tra la fine del mese di marzo e la fine del mese di maggio;
- alla data del presente provvedimento è attiva una convenzioni Consip avente ad oggetto i servizi che si intendono acquisire e denominato “Bando per l’abilitazione dei Prestatori di Servizi al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione” nella categoria “Servizi di Informazione, Comunicazione e marketing”;

- il valore economico definito come base d'asta è di € 168.000,00 (IVA esclusa), il criterio di valutazione prescelto è quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa;
- le caratteristiche tecniche del servizio sono definite nell'allegato capitolato tecnico – amministrativo, che costituisce parte integrante del presente provvedimento;
- si ritiene, pertanto, di procedere in modo autonomo mediante appalto sotto la soglia, al fine di individuare un operatore economico per:
 - pianificazione e acquisto spazi per la diffusione dello spot radio di 30 secondi, fornito dal committente, su 3 emittenti radio nazionali FM che trasmettano anche in digitale (DAB - Digital Audio Broadcasting), con almeno 4 milioni di ascoltatori nel giorno medio, secondo i dati dell'indagine del Tavolo Editori Radio (Ter 1° semestre 2017), nel periodo che va dalla fine del mese di marzo alla fine del mese di maggio 2018, con intervalli di diffusione di 3 giorni ogni cinque per ciascuna emittente distribuiti come segue:

	marzo		aprile		maggio	
Emittente 1						
Emittente 2						
Emittente 3						

- diffusione dello spot radio prevalentemente nelle fasce orarie di maggior audience – almeno il 60% dei passaggi tra le ore 6.00-12.00 - e durante i momenti di maggior attenzione del pubblico degli ascoltatori come ad esempio prima degli appuntamenti con i notiziari, in un cluster composto da un massimo di 4 brand;
 - almeno N. 255 passaggi complessivi dello spot radio di 30 secondi, distribuiti tra le 3 emittenti in modo equo: almeno N. 70 passaggi dello spot nella emittente con il numero minore di passaggi pianificati;
 - rimando sui canali web e altre piattaforme di trasmissione (DAB, TV digitale terrestre, TV satellitare) gestiti dal canale radiofonico (la Committente consegnerà i materiali necessari per la grafica da utilizzare);
 - report sui risultati della campagna;
- ricorrono, pertanto, i presupposti di diritto per procedere mediante acquisizione sotto soglia comunitaria con consultazione del Mercato Elettronico (MEPA), ai sensi dell'art. 36 del D.Lgs. n. 50/2016;
- alla procedura telematica sono invitati a partecipare gli operatori economici presenti all'interno del Bando di abilitazione denominato "Bando per l'abilitazione dei Prestatori di Servizi al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione" nella categoria "Servizi di Informazione, Comunicazione e marketing", che abbiano esperienza nella pianificazione e acquisto di spazi pubblicitari su mezzi di comunicazione di massa da almeno 3 anni e abbiano almeno 2 contratti sottoscritti nell'ultimo triennio con soggetti pubblici o privati per servizi analoghi a quello definito nella presente relazione tecnica della procedura di appalto (Articolo 83, comma 1, lettera c), del Codice);
- la documentazione è agli atti del Servizio Promozione e Qualificazione delle filiere del Made in Italy;

DETERMINA

- di approvare gli allegati documenti di gara ed in particolare:
 - relazione tecnica;
 - capitolato tecnico-amministrativo;
 - disciplinare di gara;
 - format di offerta tecnica;
 - format di offerta economica
 - patto di integrità;
- di indire, per le motivazioni espresse in premessa, una gara sotto soglia comunitaria, ai sensi di quanto previsto all'art. 36 del D.Lgs. n. 50/2016 e con l'impiego del Mercato Elettronico (MEPA), per un importo a base d'asta pari ad euro 168.000,00 netti, avente ad oggetto "Gara campagna radio "latte nelle scuole anno scolastico 2017/2018" richiedendo di presentare le rispettive offerte agli operatori economici presenti all'interno del Bando di abilitazione denominato "Bando per l'abilitazione dei Prestatori di Servizi al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione" nella categoria "Servizi di Informazione, Comunicazione e marketing", che abbiano esperienza nella pianificazione e acquisto di spazi pubblicitari su mezzi di comunicazione di massa da almeno 3 anni e abbiano almeno 2 contratti sottoscritti nell'ultimo triennio con soggetti pubblici o privati per servizi analoghi a quello definito nella presente relazione tecnica della procedura di appalto (Articolo 83, comma 1, lettera c), del Codice);
- di avviare le procedure di richiesta del CIG, trattandosi di servizio soggetto al regime della tracciabilità dei flussi finanziari;
- di utilizzare il CUP n. J89G17000440006 fornito dal Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, trattandosi di investimento pubblico;
- di nominare il dr. Amedeo Del Principe dipendente di Unioncamere, responsabile unico del procedimento;
- di rinviare a successiva determinazione l'esito delle risultanze di gara;
- di procedere alla pubblicazione del presente provvedimento nella sezione "Amministrazione trasparente" del sito web dell'Unioncamere, in attuazione della vigente normativa in materia di adempimento da parte delle pubbliche amministrazioni degli obblighi di trasparenza.

IL VICE SEGRETARIO GENERALE
Tiziana Pompei