



**OGGETTO:** DETERMINAZIONE A CONTRARRE PER L'ACQUISIZIONE DI SERVIZI, FORNITURE E LAVORI PER IMPORTI DA 0,01 A 39.999,99 EURO (art. 36, co. 2, lett. a) Codice appalti) – AFFIDAMENTO DIRETTO

**TITOLO:** CUP n. J89D16000590006 - Servizio di campagna stampa "Acquacoltura sostenibile" - CAIRORCS MEDIA S.p.A. - Euro 61.000,00 (iva inclusa)

### **IL SEGRETARIO GENERALE**

#### **VISTI**

- lo Statuto dell'Unioncamere approvato con D.M. del 11 maggio 2021 pubblicato sulla G.U. n. 120 del 21 maggio 2021;
- il D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, pubblicato sulla G.U. n. 91 del 19 aprile 2016, recante Disposizioni in materia di appalti pubblici di beni, servizi e lavori, e ss.mm.ii.;
- il decreto legge D.L. 31 maggio 2021, n. 77, definitivamente convertito con legge 29 luglio 2021, n. 108;
- le linee guida ANAC n.3 recanti indicazioni in merito alla "nomina, ruolo e compiti del Responsabile Unico del Procedimento nelle procedure di appalto di lavori, servizi e forniture";
- l'ordine di servizio n. 12/2016 relativo all'individuazione dei dipendenti di Unioncamere in grado di assolvere alle funzioni di RUP;
- le linee guida Anac n. 4, di attuazione del D.Lgs. n. 50 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;
- la Delibera n. 312 del 9 aprile 2020 del Consiglio dell'Autorità Nazionale Anticorruzione "Prime indicazioni in merito all'incidenza delle misure di contenimento e gestione dell'emergenza epidemiologica da Covid-19 sullo svolgimento delle procedure di evidenza pubblica di cui al decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50 e s.m.i. e sull'esecuzione delle relative prestazioni";
- 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 2020 e 2021;
- la delibera dell'Assemblea n. 6 del 21 ottobre 2020 che ha approvato le linee programmatiche annuali dell'attività, il bilancio di previsione 2021 di Unioncamere e la destinazione delle risorse per missioni e programmi;



- i poteri di spesa dei singoli dirigenti e le procedure, disciplinati negli ordini di servizio n. 1/2009 e n. 2/2010;

### **CONSIDERATO CHE**

- prosegue anche nel 2021 la collaborazione con il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, di cui alla Convenzione sottoscritta con specifica convenzione il 22 aprile 2016, per l'attuazione di un Programma di "Azioni comuni per la qualificazione dei prodotti dell'acquacoltura e della pesca sostenibile e per favorire la loro commercializzazione e trasformazione" nell'ambito del PO FEAMP 2014-2020;
- il Piano delle attività operative per l'esercizio 2021, concordato con il Ministero, prevede la realizzazione di campagne di comunicazione istituzionale per:
  - continuare a sensibilizzare i consumatori e, in particolare, i consumatori responsabili d'acquisto, verso scelte d'acquisto più consapevoli e orientate ai prodotti ittici che sono frutto di processi produttivi distinguibili per il rispetto dei criteri della sostenibilità;
  - promuovere la vendita dei prodotti d'acquacoltura e piccola pesca artigianale;
  - consolidare l'efficacia delle campagne già realizzate nelle annualità precedenti, rafforzando il messaggio verso i prodotti certificati, in particolare dell'acquacoltura sostenibile secondo il nuovo Disciplinare di produzione riconosciuto a livello Comunitario;
- nella riunione del "Tavolo di indirizzo e monitoraggio" del 14 aprile 2021 è stato condiviso con il Ministero di predisporre due ipotesi di campagne di comunicazione istituzionale, la prima di avvio in estate e la seconda di concentrazione nel periodo natalizio, che abbiano come obiettivo la promozione dell'acquacoltura sostenibile;
- a seguito dei seminari di promozione del Disciplinare di produzione "Acquacoltura sostenibile" rivolti alle imprese del settore, realizzati da alcune Camere di commercio nei mesi scorsi (4 febbraio Pordenone-Udine, 9 febbraio Marche, 10 febbraio Maremma Tirreno, 25 febbraio Sud Est Sicilia, 3 giugno Venezia-Rovigo) è emerso che, i primi prodotti certificati potrebbero essere immessi sul mercato verso la fine dell'estate o l'inizio dell'autunno;
- per sensibilizzare i consumatori verso acquisiti di prodotti ittici frutto di processi produttivi improntati ai criteri della sostenibilità e in possesso di relativa certificazione (nello specifico "Acquacoltura sostenibile") è previsto, d'intesa con il Ministero, di realizzare delle azioni di comunicazione istituzionale per segmenti di interesse dei consumatori stessi, che possano meglio far comprendere l'importanza e il valore insiti nei suddetti prodotti certificati;
- per il periodo natalizio, nel quale tradizionalmente si concentrano maggiormente gli acquisti dei prodotti ittici freschi, si è previsto di ricorrere a più media per aumentare la possibilità di intercettare i consumatori, utilizzando gli strumenti già predisposti (spot video, spot radio, banner e skin web, manifesti);
- tra i mezzi identificati come maggiormente efficaci per rispondere all'esigenza suddetta vi è senz'altro il mezzo stampa che, secondo le analisi condotte dalla società *in house* Sistema camerale servizi srl (incaricata di supportare l'Unioncamere nella definizione del piano di comunicazione e nell'individuazione dei mezzi e delle



concessionarie che gestiscono gli spazi promozionali dei mezzi stessi), contenute nella proposta di piano di comunicazione, risulta avere una copertura media della popolazione (tra quotidiani, settimanali e riviste) pari a circa il 17%;

- il canale "stampa", nelle sue diverse declinazioni di quotidiani, settimanali e mensili, garantisce la copertura di quelle persone "abitate" alla lettura su carta, perché ritengono sia una modalità migliore e più profonda di comprensione del testo, oltre che una migliore memorizzazione dei contenuti;
- con il supporto della società in house Sistema Camerale Servizi srl, tenuto conto del piano di comunicazione e della scansione temporale delle attività, si è previsto di utilizzare la modalità dei pubiredazionali (pagina intera e/o mezza pagina) e di avvalersi di un operatore economico in grado di garantire la realizzazione della campagna stampa su un quotidiano e sulle riviste settimanali e mensili ad esso collegate in modalità "inserto";
- dalle analisi condotte con il supporto della società in house Sistema Camerale Servizi srl, di cui all'allegata relazione tecnica, è emerso che "Il Corriere della Sera" con 1.734.000 lettori (fonte AUDIPRESS) è il quotidiano più seguito tra gli adulti (il secondo quotidiano è "La Repubblica" con 1.495.000 lettori) e ad esso sono associati, in alcune date, l'uscita di settimanali e mensili tematici in grado di dare copertura ai diversi target di consumatori oggetto della campagna stampa;
- il ricorso ad un generico intermediario (agenzia di comunicazione o media center), piuttosto che alla concessionaria esclusivista della vendita di spazi promozionali, risulta non economico per via dei costi di intermediazione, che si aggiungerebbero a quelli del concessionario stesso;
- gli spazi promozionali su "Il Corriere della Sera" e sui relativi inserti mensili e settimanali, sono gestiti in esclusiva dall'operatore economico CAIRORCS MEDIA S.p.A. che, contattato con il supporto della società in house Sistema Camerale Servizi srl per una quotazione informale, è in grado di offrire al costo di euro 50.000,00 (iva esclusa), un mix composto da N.14 spazi così suddivisi:
  - Corriere della Sera (quotidiano d'informazione): N. 6 uscite in formato "MAXI Q" in date da definire del mese di dicembre;
  - Cook (mensile dedicato al mondo della cucina): N. 1 uscita nel mese di dicembre come inserto al "Corriere della Sera" con spazio in formato "pagina intera";
  - Pianeta 2021 (mensile dedicato alla sostenibilità): N. 1 uscita nel mese di dicembre come inserto al "Corriere della Sera" con spazio in formato "pagina intera";
  - 7 (settimanale/magazine del venerdì di Corriere della Sera): N. 2 uscite, sulle 4 del mese di dicembre, come inserto al "Corriere della Sera" con spazio in formato "pagina intera";
  - Di Più (settimanale/magazine dedicato alla famiglia): N. 2 uscite, sulle 4 del mese di dicembre, in formato "pagina intera" in data da definire;
  - Oggi (settimanale/magazine dedicato ai temi di attualità più seguiti dalle donne): N. 2 uscite, sulle 4 del mese di dicembre, in formato "pagina intera" in data da definire;
- sulla base delle analisi condotte è stata predisposta la scheda tecnica del servizio con le specifiche della campagna stampa da realizzare;



- il servizio in oggetto rientra nei limiti di valore di cui all'art.36, comma 2, del D.Lgs.n.50/2016 e ss.mm.ii., in combinato disposto con il Decreto Legge 31 maggio 2021, n. 77 coordinato con la legge di conversione n. 108 del 29 luglio 2021, trattandosi di un servizio di importo inferiore a 139.000,00 euro;
- ricorrono, pertanto, i presupposti di diritto per procedere con una TD (Trattiva Diretta) rivolta all'operatore economico CAIRORCS MEDIA S.p.A., utilizzando il Mercato Elettronico (MEPA), in conformità a quanto disposto dall'art. 7 del D.L. n. 52/2012, convertito in L. n. 94/2012;
- l'importo dell'appalto verrà corrisposto interamente a saldo, e dunque soltanto successivamente alla intervenuta verifica di conformità del servizio oggetto di affidamento;
- la documentazione è agli atti del Servizio made in italy e turismo, metrologia legale;

#### **DETERMINA**

- di affidare all'operatore economico CAIRORCS MEDIA S.p.A. la realizzazione della campagna stampa di promozione istituzionale dell'“Acquacoltura sostenibile” da concludersi entro il 31 dicembre 2021, sulla base dell'allegata scheda tecnica, parte integrante del presente provvedimento, al costo complessivo di € 61.000,00 (IVA inclusa);
- di stipulare il relativo contratto tramite il Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA);
- il costo per la gestione dei suddetti contratti sarà imputato sulle risorse assegnate nell'ambito dell'azione denominata “Oneri pesca e acquacoltura COF” del Bilancio 2021 di Unioncamere, che presenta la necessaria disponibilità (cod. azione 21A19302);
- di avviare le procedure di richiesta dei rispettivi CIG, trattandosi di servizi soggetti al regime della tracciabilità dei flussi finanziari;
- di utilizzare il CUP n. J89D16000590006 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 pubblicare il presente provvedimento sul profilo Committente di Unioncamere nella sezione “Amministrazione Trasparente” del sito web dell'Unioncamere, ai sensi di quanto previsto dall'art. 29, comma 1, del D.Lgs. n. 50/2016.

**IL SEGRETARIO GENERALE**  
Giuseppe Tripoli