

MERCAFIR SCPA

DETERMINA A CONTRARRE N. 309 /2018

CIG Z9324686C2

OGGETTO: Affidamento diretto per Servizi di comunicazione istituzionale esterna attuata attraverso il mezzo televisivo al fine di promozione delle attività di Mercafir e dei suoi operatori.

Affidamento a R.T.V. 38 da svolgersi DAL MESE DI LUGLIO 2018 AL MESE DI GIUGNO 2019 per l'importo di € 3.000,00 MENSILI totale affidamento **€ 36.000,00 ANNUALI + IVA**

IL RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO Giacomo Lucibello, nell'esercizio dei suoi poteri conferitegli

VISTI

- il D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. - Codice dei Contratti Pubblici;
- il D. Lgs. 19 aprile 2017, n. 56 – Correttivo al Codice dei Contratti Pubblici;
- la delibera ANAC n. 1097 del 26 ottobre 2016: Linee Guida n. 4 intitolate "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 ANAC n. 1096 del 26 ottobre 2016: Linee Guida n. 3 intitolate "Nomina, ruolo e compiti del responsabile unico del procedimento per l'affidamento di appalti e concessioni";
- il D.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445;
- l'art. 37 del D.lgs. 33/2013 e l'articolo 1, comma 32, della legge 190/2012 e loro successive modifiche ed integrazioni in materia rispettivamente di "Amministrazione trasparente" e "Norme di contrasto alla corruzione";

VISTA la deliberazione dell'assemblea dei Soci DI MERCAFIR del 23/05/2018 con il quale veniva approvato il Piano della Comunicazione relativo all'anno 2018 -2019 e la previsione delle spese funzionali al perseguimento degli obiettivi relativi alla Comunicazione istituzionale di Mercafir, direttamente in capo alla Presidenza di Mercafir;

DATO ATTO che si individua come obiettivo strategico della comunicazione istituzionale per l'anno 2018/2019 il potenziamento della multimedialità, con il coinvolgimento dei media cartacei, radiofonici, televisivi e on-line di particolare riferimento per quanto riguarda l'ambito regionale, al fine di favorire la più capillare informazione dei cittadini sull'attività di Mercafir, sul suo funzionamento e lo sviluppo che essa offre e potrà offrire nel contesto cittadino;

CONSIDERATO

- che con tale affidamento Mercafir intende soddisfare l'esigenza di garantire il regolare prosieguo dell'attività istituzionale, e che pertanto si rende necessario provvedere a tale acquisto;
- che i servizi in argomento non rientrano, alla data della presente determinazione, tra le categorie presenti nelle convenzioni attive Consip, ne sono disponibili sul MEPA;
- che il piano di comunicazione istituzionale di cui sopra prevede la copertura dell'intero territorio

MERCAFIR SCPA

locale e la scelta dei media in possesso di specifici requisiti di radicamento, al fine di garantire un'informazione quanto più possibile efficace ed ampia su tematiche di interesse generale, e, con particolare riferimento alla pubblicità istituzionale da attuare attraverso il mezzo televisivo, individuando tra le altre RTV 38 PER LA SUA PIATTAFORMA INFORMATIVA e che lo stesso soddisfa pienamente le esigenze del richiedente;

INDIVIDUATO il Responsabile del Procedimento nel Presidente Giacomo Lucibello;

CONSIDERATO che ricorrono i presupposti di cui all'art. 36 comma 2 let a) del D.Lgs. n. 50/2016 che prevede la possibilità per le stazioni appaltanti di procedere all'affidamento diretto di lavori, servizi e forniture di importo inferiore a 40.000 euro, dandone adeguata motivazione

RITENUTO pertanto, che sussistano le condizioni per procedere all'affidamento di cui trattasi mediante ordine diretto al suddetto operatore **per un importo complessivo di € 36.000,00 + IVA;**

Il Responsabile Unico del procedimento

MERCAFIR S.c.p.a.
Giacomo Lucibello, Presidente
Giacomo Lucibello

(DI COMPETENZA UFFICIO APPALTI)

L'UFFICIO Appalti prende atto di quanto deliberato dal CDA e dal Presidente in merito all'affidamento e:

ACQUISITA l'autocertificazione sul possesso dei requisiti generali ex art. 80 D. Lgs. 50/2016 e s.m.i.;

ACCERTATA la regolarità contributiva (DURC) ed acquisita la visura camerale dell'operatore economico prescelto;

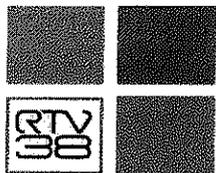
CONSIDERATO che la presente determina, in ossequio al principio di trasparenza e fatto salvo quanto previsto dall'art.1, comma 32, della Legge 190/2012 e dal D. Lgs. 33/2013, è pubblicata, ai sensi dell'art.29 del D. Lgs. 50/2016, nel proprio sito web, liberamente scaricabile sul sito internet www.mercafir.it

Di DARE ATTO che l'affidamento sarà perfezionato, con la sottoscrizione del contratto stipulato mediante corrispondenza secondo l'uso del commercio ai sensi dell'art. 32, co. 14 della vigente Disciplina normativa sui contratti pubblici;

- di disporre che il pagamento verrà effettuato a seguito degli accertamenti in materia di pagamenti della PA ed al rispetto degli obblighi di cui all'art. 3 della L. 136/2010, e comunque previa presentazione di fatture debitamente controllate e vistate in ordine alla regolarità e rispondenza formale e fiscale con bonifico bancario 30 gg.d.f.f.m.

Il Responsabile ufficio Appalti

Le firme, sono state apposte sull'originale del presente atto e la presente determinazione è conservata in originale negli archivi di Mercafir scpa .



Prot. FO4100/1299
del 18/7/2018.



"Progetto di collaborazione strutturale per l'avvio e la gestione del piano di comunicazione/promozione meglio definito di seguito "

(annuale)

avvio 01 luglio 2018 - termine 30 giugno 2019



Finalità di piano

Piano di comunicazione strategica - Finalità

Il piano di comunicazione, che andiamo a definire nelle sezioni successive, avrà le seguenti finalità:

- Raccontare e far capire al grande pubblico i servizi che il Centro offre ai propri aderenti, pubblicizzare le varie iniziative che andrete ad organizzare nel corso di validità dell'accordo;
- Promuovere il ruolo che Mercafir ha nel contesto cittadino, il contributo che la stessa offre e potrà offrire per lo sviluppo del territorio e delle attività che nello stesso operano;
- Presentare alcuni degli operatori, dando loro la possibilità di raccontarsi, valorizzando la propria attività e il proprio operato, attraverso momenti di partecipazione televisiva a programmi di forte visibilità.



Target

Piano di comunicazione strategica - Target

Le attività di comunicazione saranno rivolte ad un **target** articolato: agli abitanti delle regioni Toscana/Umbria e delle province di La Spezia/Viterbo, ma anche soci istituzionali, opinion leader, media, amministratori locali, ed in generale ai vari stakeholder.

Il piano si propone di raccontare le attività del Centro, sensibilizzando il target su iniziative e politiche attuate per il raggiungimento dello scopo statutario, documentare il proprio impegno anche sociale e il ruolo che lo stesso rappresenta, far conoscere le opportunità che crea, quindi organizzare degli strumenti per relazionare gli stakeholder sul lavoro svolto e sui risultati ottenuti.



Strumenti
Previsti

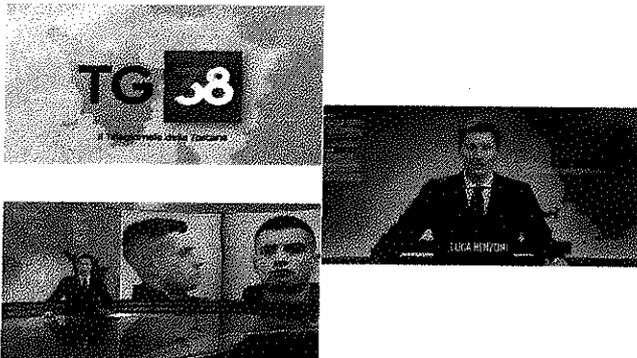
Piano di comunicazione strategica - Strumenti

Di seguito rimettiamo una breve descrizione delle opportunità ed iniziative che questa emittente intende mettere a disposizione. **Strumenti** che andremo ad attivare ogni qualvolta il gruppo di lavoro che gestisce il progetto (composto da elementi della nostra struttura e da vostri referenti) lo riterrà utile e necessario per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Il gruppo di lavoro andrà ad attivare i vari strumenti sotto riportati, a seconda della modalità narrativa e del contesto nel quale vorrà inserire il messaggio, così da massimizzarne l'efficacia.

Attività per la promozione del Centro - Ruolo nei confronti della città

1) Copertura informativa su notiziari



Copertura delle attività che andrete a svolgere nel periodo di validità dell'accordo e interventi su argomenti d'interesse, attraverso la produzione e messa in onda di servizi news e collegamenti live (direttamente dai luoghi interessati), da inserire all'interno dei notiziari dell'emittente.

Tale scelta prevede un costante lavoro di coordinamento e collaborazione tra i vostri uffici e la nostra redazione, al fine di individuare le diverse opportunità e gestire la pianificazione dei lavori necessari. Al fine di rendere il processo più semplice ed efficace, andremo individuare un unico referente per la gestione delle attività, incaricato tra i componenti di questa redazione.

2) Inserimenti trasmissione Tadà

#Tadà



"Tadà - la televisione che non ti aspetti", è il nuovo format di RTV38 in onda dalle 18:00 alle 19:30 con riedizione il giorno successivo dalle 11:00 alle 12:30, pensato per essere un magazine che racconti le numerose sfaccettature della realtà toscana.

Il programma ha una forte valenza crossmediale. In particolare, i social network di RTV38 saranno utilizzati a supporto della trasmissione stessa, nel pre/durante/post diretta."

Presenza Vostri referenti in qualità di ospiti ad alcune puntate della trasmissione Tadà per raccontare le attività del Centro e promuovere le iniziative che andrete ad organizzare e/o sostenere nel corso di validità dell'accordo (come ad Esempio Junifest 2017).

La vostra presenza potrebbe inoltre essere legata a temi come la salute e le corrette abitudini alimentari.

Si prevedono almeno n. 6 partecipazioni

Mesi: da settembre a maggio

3) Rubrica "Borsa della Spesa" settimanale interna a Tadà



Avvio rubrica "la borsa della spesa" come appuntamento settimanale, ogni martedì all'interno della trasmissione Tadà.

La rubrica servirà per consigliare i telespettatori su acquisti responsabili e soprattutto convenienti, infatti di settimana in settimana il contenitore che avrà una durata massima di 4/5', presentato in diretta durante la trasmissione, darà consigli sulla tipologia di prodotti che conviene acquistare proponendo una sorta di borsino, sulla base della stagionalità, condizioni del tempo e possibili variazioni di mercato.

Ovviamente nelle schede grafiche e nello schermo saranno sempre presenti i loghi di Mercafic, quale partner tecnico che contribuisce alla realizzazione del servizio.

Per rendere la cosa più divertente e ironica potremmo far condurre la rubrica ad un personaggio "testimonial", pensavamo ad un attore comico che possa divertire il pubblico mentre dà le informazioni utili.

Alcuni esempi (da verificare costi e disponibilità) potrebbero essere:

Duccio Del Lungo

Ilaria Filippini

Ovviamente una volta selezionato il conduttore della rubrica andremo a condividere le modalità di presentazione dei dati e, più in generale, il taglio del contenitore e del personaggio che lo presenta.

Mesi: da settembre a maggio

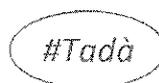


Opportunità per promuovere gli operatori - partecipazione di una selezione alle nostre trasmissioni

Si prevede la partecipazione di n. 10 soggetti che operano all'interno del Mercato, da Voi selezionati sulla base del settore e/o delle caratteristiche di ciascuno, ad altrettante trasmissioni che andremo a produrre nel corso dell'anno. Ogni operatore, parteciperà ad una trasmissione in qualità di ospite e avrà la possibilità di raccontare e promuovere la propria attività nelle forme e modalità più adatte all'attività svolta.

Una volta che ci avrete fornito l'elenco dei 10 operatori partecipanti, la nostra redazione si occuperà di calendarizzare le presenze alle trasmissioni (format Tadà o Risorse) sulla base dei temi trattati e delle disponibilità dei singoli partecipanti.

Di seguito rimettiamo due brevi presentazioni dei format scelti:



"TaDà - la televisione che non ti aspetti", è il nuovo format di RTV38 in onda dalle 18:00 alle 19:30 con riedizione il giorno successivo dalle 11:00 alle 12:30, pensato per essere un magazine che racconti le numerose sfaccettature della realtà toscana.

Il programma ha una forte valenza crossmediale. In particolare, i social network di RTV38 saranno utilizzati a supporto della trasmissione stessa, nel pre/durante/post diretta."