



COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE ED EVENTI

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2022-203.0.0.-15

L'anno 2022 il giorno 04 del mese di febbraio il sottoscritto Bocchiardo Monica in qualità di dirigente di Direzione Comunicazione ed Eventi, ha adottato la Determinazione Dirigenziale di seguito riportata.

OGGETTO: SERVIZIO DI MEDIA RELATION E PROMOZIONE. IMPEGNO DI SPESA (CIG n° 9082870D6D).

Adottata il 04/02/2022
Esecutiva dal 04/02/2022

04/02/2022	BOCCHIARDO MONICA
------------	-------------------

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE ED EVENTI

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2022-203.0.0.-15

OGGETTO: SERVIZIO DI *MEDIA RELATION* E PROMOZIONE. IMPEGNO DI SPESA (CIG n° **9082870D6D**).

IL DIRETTORE

Vista la seguente normativa:

a) di carattere generale:

- ⇒ Legge n° **241/1990** «Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi» e successive modificazioni ed integrazioni;
- ⇒ Decreto Legislativo n° **267/2000** «Testo unico delle leggi sull'ordinamento degli enti locali» e successive modificazioni e integrazioni e, nello specifico, l'articolo 107 che disciplina le funzioni e le responsabilità della dirigenza;
- ⇒ Decreto Legislativo n° **165/2001** «Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze della pubblica amministrazione» e successive modificazioni ed integrazioni e, in particolare, l'articolo 4 che regola le funzioni e le responsabilità di indirizzo politico/amministrativo;

b) di carattere specifico:

- ⇒ Decreto Legislativo n° **177/2005** "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici" e successive modificazioni ed integrazioni;
- ⇒ Decreto Legislativo n° **145/2007** "Attuazione dell'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole" e successive modificazioni ed integrazioni;
- ⇒ Direttiva del **28 settembre 2009** "Indirizzi interpretativi ed applicativi in materia di destinazione delle spese per l'acquisto di spazi pubblicitari da parte delle Amministrazioni dello Stato ai sensi dell'articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177";
- ⇒ Decreto Legislativo n° **50/2016** «Attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture» e successive modificazioni ed integrazioni;
- ⇒ le Linee Guida n° **4** «Procedure per l'affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e formazione e gestione degli elenchi degli operatori economici» approvate dal Consiglio dell'Autorità con delibera n° **1097/2016** e successive modificazioni ed integrazioni;

c) di carattere regolamentare:

- ⇒ "Regolamento sull'ordinamento degli uffici e dei servizi";
- ⇒ "Regolamento per le acquisizioni in economia di beni e servizi";
- ⇒ "Regolamento di Contabilità";

Premesso che:

- a) in data **26 settembre 2017** sono state illustrate al Consiglio Comunale le "**Linee Programmatiche**" che traducono in azione amministrativa il Programma di Mandato del Sindaco;
- b) con deliberazione n° **108/2021** l'Organo Consiliare ha approvato i documenti previsionali e programmatici per il triennio 2022/2024;

Ricordato che con delibera:

- a) n° **176/2020** della Giunta Comunale è stato approvato il Piano Triennale della Cultura 2020/2022 e gli indirizzi di programmazione nella quale, tra l'altro, sono state individuati i seguenti obiettivi strategici:

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

- ⇒ **proporre un'offerta vasta e integrata** per la diffusione della cultura attraverso l'arte valorizzando il sistema museale del Comune nonché attraverso un dialogo con i grandi attrattori culturali cittadini per far sì che siano percepiti come parte integrante della comunità locale e attivatori e catalizzatori di interesse per la popolazione. Arricchire le collezioni (attraverso donazioni, comodati, acquisizioni ecc.) al fine di aumentare la performance del museo rispetto alla sua specifica *mission*;
 - ⇒ **valorizzare il centro storico** nella logica di "*museo a cielo aperto*";
 - ⇒ **puntare sul *cultural heritage***: tutelare il patrimonio architettonico, storico e culturale in sinergia con altri soggetti pubblici e privati ampliandone la fruibilità;
 - ⇒ **adottare modelli gestionali** che assicurino l'integrazione e la sinergia tra le diverse Istituzioni culturali e di spettacolo cittadine (Palazzo Ducale, Fondazione Carlo Felice, ecc.);
 - ⇒ **innovare il ruolo dei tradizionali luoghi di conservazione della cultura** (biblioteche, archivi), attraverso l'introduzione di strumenti digitali e nuove modalità di accesso e fruizione dei servizi a sostegno della loro funzione di vettori di educazione culturale della Città;
 - ⇒ **connotare l'offerta teatrale e di spettacolo nell'ottica dell'*edutainment*** per rendere la Città più attrattiva e vitale sia per i residenti, sia per il turismo culturale e in particolare per i giovani;
 - ⇒ **sostenere iniziative volte alla valorizzazione delle tradizioni culturali genovesi** anche attraverso l'attività creativa delle associazioni dei cittadini in campo culturale;
- b) n° **205/2021** della Giunta Comunale sono state approvate le Linee di indirizzi per la promozione della Città per il biennio 2021/2022 unitamente al Piano di sviluppo del turismo, *marketing* e comunicazione nella quale, tra l'altro, sono state individuate le seguenti linee di indirizzo strategiche per favorire lo sviluppo economico/turistico del territorio cittadino e le correlate azioni di promozione e comunicazione della destinazione e di miglioramento dell'esperienza turistica:
- ⇒ azioni operative di realizzazione del progetto "*Caruggi*" dedicate al "Turismo e Tempo Libero";
 - ⇒ azioni di promozione ed attrattività del territorio cittadino;
 - ⇒ azioni di valorizzazione e *marketing* del territorio cittadino e posizionamento della destinazione turistica;
 - ⇒ azioni di comunicazione e valorizzazione di eventi a valenza e ad attrazione turistica;
 - ⇒ azioni di promozione della destinazione e ospitalità;
 - ⇒ valorizzazione delle esperienze turistiche del Genova *City Pass*;
 - ⇒ azioni di sviluppo dell'offerta turistica, delle esperienze e dei servizi turistici;

Evidenziato che:

- a) la Civica Amministrazione è particolarmente attenta e impegnata nell'impostazione di una strategia di *marketing* territoriale incentrata sulla realizzazione di eventi strategici per la Città al fine di promuoverne il territorio e il suo *asset management*;
- b) in un momento storico di incertezza e limitazioni alle attività di svago e socialità imposti dall'Emergenza Sanitaria "*Covid-19*", l'Ente intende essere parte attiva sul mercato turistico e comunicare un *brand* forte e visibile, la bellezza di una Città senza tempo e la sua attrattività di destinazione sicura e vivibile, dove poter godere di numerosi servizi ed esperienze turistiche;
- c) è stato elaborato un Piano di promo-commercializzazione dell'offerta turistica sia al *consumer*, sia al *trade*, attraverso un uso integrato di tutti gli strumenti di comunicazione di marketing disponibili, a seconda dei singoli mercati e del livello di priorità;
- d) l'obiettivo mira a promuovere e suscitare interesse verso Genova, come destinazione turistica, con la sua offerta permanente fatta di mare, arte e storia, scienza e far percepire la piacevolezza del soggiorno grazie al clima e alla vivacità della città;

Osservato che:

- a) l'Amministrazione Civica, nell'ambito delle attività istituzionali relative alla comunicazione, ripone la massima attenzione nelle campagne di comunicazione, con la prospettiva di garantire in maniera **costante** e **sistematica** una copertura mediatica a 360 gradi su conferenze stampa, convegni, eventi e iniziative varie al fine non solo di pregiudicare gli interessi dell'Ente, ma anche quello di diffondere all'esterno una immagine pubblica di Amministrazione attenta al territorio in tutte le sue sfaccettature e ramificazioni;
- b) l'attività di comunicazione e promozione costituisce una forma di pubblicità avente natura commerciale e destinata a promuovere, vendere e/o attirare su di sé l'interesse di potenziali clienti e, pertanto, non si configura come "**pubblicità istituzionale**", che, al contrario, si propone la finalità di aumentare l'informazione, la conoscenza e, in alcuni casi, anche la partecipazione dei soggetti amministrati e/o altri

stakeholder indirizzandone allo stesso tempo le loro scelte con il fine ultimo di promuovere l'immagine dell'Ente;

Dato atto che:

- a) la gestione operativa delle iniziative rientranti nelle attività che caratterizzano l'oggetto della Direzione "*Comunicazione ed Eventi*", necessita della fornitura di servizi utili a garantire il corretto funzionamento degli Uffici coinvolti nella organizzazione e realizzazione di eventi;
- b) al fine di non pregiudicare gli interessi dell'Ente e tutelarne l'immagine, occorre assicurare una gestione flessibile e snella degli Uffici interessati, procedendo, qualora se ne verifichi l'eventualità, all'aggiudicazione di forniture di servizi ricorrendo alla "**procedura negoziata**" come definita all'articolo 3 - *comma 1, lettera uuu*) - del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** e successive modificazioni ed integrazioni e, nello specifico, qualora si verifichino i presupposti stabiliti dall'articolo 36 - *comma 2, lettera a*);
- c) sarà, inoltre, sempre possibile individuare i contraenti attraverso il ricorso alla trattativa privata, previo esperimento di una gara ufficiosa (indagine di mercato), al fine di garantirne la scelta nel rispetto non solo dei principi di **buon andamento e imparzialità** di cui all'articolo 97 - *comma 1* - della Costituzione, ma anche quelli di **economicità, efficacia, pubblicità e trasparenza** previsti dall'articolo 1 - *comma 1* - della citata Legge n° **241/1990** e successive modificazioni ed integrazioni;

Specificato, inoltre, che:

- a) il vigente "*Regolamento per le acquisizioni in economia di beni e servizi*":
 - ⇒ all'articolo 3 - *comma 1* - fornisce un dettagliato elenco delle tipologie di beni e servizi che possono essere acquistati in economia;
 - ⇒ all'articolo 6 - *comma 6* - precisa che l'affidamento diretto, per servizi e fornitura in economia di importo inferiore ad euro **40.000,00=**, è ammesso nelle circostanze in cui è impossibile ricorrere ad una pluralità di contraenti oppure esiste l'opportunità di rivolgersi ad un determinato soggetto, fornendo una adeguata motivazione;
- b) in deroga all'articolo 36 - *comma 2, lettera a*) - del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** è consentito l'affidamento diretto per forniture di importo inferiore ad euro **139.000,00=** fino al **30 giugno 2023** ai sensi del Decreto Legge n° **77/2021** «*Governance del Piano nazionale di rilancio e resilienza e prime misure di rafforzamento delle strutture amministrative di accelerazione e snellimento delle procedure*» e successive modificazioni ed integrazioni;

Segnalato, inoltre, quanto introdotto dalla Legge n° **145/2018** «*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019 e bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021*» e successive modificazioni ed integrazioni che ha modificato l'articolo 1 - *comma 450* - della Legge n° **296/2006** «*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge finanziaria 2007)*» e successive modificazioni ed integrazioni, innalzando, per acquisti di beni/servizi, da euro **1.000,00=** ad euro **5.000,00=** la soglia di obbligatorietà per le Amministrazioni Pubbliche di ricorrere al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (**MEPA**), realizzato ai sensi del DPR n° **101/2002** «*Regolamento recante criteri e modalità per l'espletamento da parte delle amministrazioni pubbliche di procedure telematiche di acquisto per l'approvvigionamento di beni e servizi*» e successive modificazioni ed integrazioni;

Attestato che, in ossequio al combinato disposto dell'articolo 36 - *comma 2, lettera a*) - del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** e successive modificazioni ed integrazioni e dell'articolo 6 - *comma 6* - del vigente "*Regolamento per le acquisizioni in economia di beni e servizi*" per la fornitura dei seguenti servizi:

⇒ **servizio di media relation e promozione**;

è stato interpellato un solo contraente, in virtù delle caratteristiche dei servizi richiesti e delle esigenze organizzative necessarie per assicurare la comunicazione e promozione e, più precisamente:

- a) **FREE TRADE DI SASSI ALESSANDRO** - Partita IVA n° **16156471001** - che si impegna a fornire i servizi richiesti ad una spesa, ritenuta congrua e allineata ai prezzi di mercato, di euro **49.000,00=** + IVA **0,00%** [non soggetto ad IVA ai sensi dell'articolo 1 - *commi 54÷89* - della Legge n° **190/2014** «*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (legge di stabilità 2015)*» e successive modificazioni ed integrazioni] per un totale di euro **49.000,00=** - (CIG n° **9082870D6D**) - Trattativa diretta **MEPA n° 2006582**;

per una spesa totale di euro **49.000,00=**;

Richiamato l'Atto Datoriale protocollo n° **0351733** del **06 ottobre 2021** con il quale il Direttore della Direzione "Comunicazione ed Eventi" ha nominato il Titolare della Posizione Organizzativa "Comunicazione, digital-social-media Strategy, Sviluppo del brand Genova" **Responsabile Unico del Procedimento (RUP)** ai sensi dell'articolo 31 del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** e successive modificazioni ed integrazioni per lo svolgimento di tutti i compiti assegnati dalla legge.

Considerato, quindi, che la spesa nascente dall'adozione del presente provvedimento, quantificata in euro **49.000,00=** (oneri fiscali inclusi), ritenuta congrua ed effettuata in ambito istituzionale, trova copertura finanziaria sul Capitolo **1195 «Servizi»** - Centro di Costo **1392.629** - Piano dei Conti **1.03.02.99.12 «Rassegna stampa»** - del Bilancio 2022;

Verificato che il presente provvedimento:

- a) non presenta situazioni di conflitto d'interesse ai sensi dell'articolo 6 *bis* della citata Legge **241/1990** e successive modificazioni ed integrazioni e dell'articolo 42 del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** e successive modificazioni ed integrazioni;
- b) è stato redatto nel rispetto della normativa in materia di trattamento dei dati personali;
- c) comporta pagamenti compatibili con il relativo stanziamento del bilancio e con le regole di finanza pubblica;
- d) è regolare sotto il profilo tecnico, amministrativo e contabile ai sensi dell'articolo 147 *bis* - *comma 1* - del citato Decreto Legislativo n° **267/2000** e successive modificazioni ed integrazioni;

Visto lo Statuto del Comune di Genova e, in particolare, l'articolo 77 e l'articolo 80, che disciplinano le funzioni della Dirigenza;

DETERMINA

- 1) **di prendere atto** di tutto quanto esplicitato nelle premesse;
- 2) **di affidare** la fornitura dei seguenti servizi ai fornitori sotto citati:
 - servizio di *media relation* e promozione:
⇒ **FREE TRADE DI SASSI ALESSANDRO** (BENF n° **59543**), per euro **49.000,00=** + IVA **0,00%** [non soggetto ad IVA ai sensi dell'articolo 1 - *commi 54÷89* - della citata Legge n° **190/2014** e successive modificazioni ed integrazioni] per un totale di euro **49.000,00=**;
- 3) **di impegnare** euro **49.000,00** sul **capitolo 1195 «Servizi»** - Centro di Costo **1392.629** - **Piano dei Conti 1.03.02.99.12 «Rassegna stampa»** - del Bilancio 2022 (**IMP. 2022/5693**);
- 4) **di prevedere** l'annullamento dell'aggiudicazione nel caso in cui, dai controlli effettuati *ex* articolo 80 del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** e successive modificazioni ed integrazioni sui requisiti di carattere generale, si riscontrassero provvedimenti interdittivi o emergessero cause ostative alla stipula del contratto;
- 5) **di demandare** alla Direzione "Comunicazione ed Eventi" la liquidazione della spesa mediante emissione di atti di liquidazione digitali;
- 6) **di dare atto** che:
 - a) gli impegni di spesa sono stati assunti nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 183 del citato Decreto Legislativo **267/2000** e successive modificazioni ed integrazioni;
 - b) i pagamenti conseguenti sono compatibili con i relativi stanziamenti di cassa del bilancio e con le regole di finanza pubblica;
 - c) la suddetta spesa rientra nell'ambito delle attività istituzionali;
 - d) il presente provvedimento è stato redatto nel rispetto della normativa sulla tutela dei dati personali;
 - e) non sussistono situazioni di conflitto d'interesse ai sensi dell'articolo 6 *bis* della citata Legge **241/1990** e successive modificazioni ed integrazioni e dell'articolo 42 del citato Decreto Legislativo n° **50/2016** e successive modificazioni ed integrazioni.

Il Direttore
Dott.^{ssa} Monica BOCCHIARDO

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile



COMUNE DI GENOVA

ALLEGATO ALLA DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2022-203.0.0.-15
AD OGGETTO: SERVIZIO DI MEDIA RELATION E PROMOZIONE. IMPEGNO DI SPESA
(CIG n° 9082870D6D).

**Ai sensi dell'articolo 6, comma 2, del Regolamento di Contabilità e per gli effetti di legge,
si appone visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria**

Il Responsabile del Servizio Finanziario
[Dott. Giuseppe Materese]

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile