

Roma, 19.02.2019

Prot. D19/6090

DETERMINAZIONE A CONTRARRE

Premessi

- il decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. - “Codice dei contratti pubblici” (di seguito Codice);
- le linee guida dell’Autorità nazionale anti-corruzione (di seguito ANAC), concernenti l’affidamento di contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria;
- la Nota dell’ANAC del 17 gennaio 2016, che sancisce che i Fondi paritetici interprofessionali nazionali sono da considerarsi “*organismi di diritto pubblico*”;
- la Circolare del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali del 18 febbraio 2016, n. 10, per la quale “*i Fondi sono tenuti ad applicare le procedure di aggiudicazione previste dal Codice dei contratti pubblici e sono vigilati dall’ANAC ... quando selezionano soggetti prestatori di beni e servizi necessari per la loro organizzazione e per il loro funzionamento*”;
- le indicazioni contenute nell’art. 52 del D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. in merito ai motivi di deroga rispetto all’utilizzo di mezzi di comunicazione elettronica, tenuto conto dell’indisponibilità, allo stato attuale, di attrezzature specializzate per gli adempimenti a tal riguardo previsti.

Considerato che

- il Fondo ha necessità di consolidare la visibilità acquisita e rafforzarla attraverso l’adozione di una Strategia di Comunicazione che, partendo dall’analisi dei *target* di riferimento, consenta di delineare un Piano di Comunicazione su base annuale e una correlata strategia grafico-creativa. Tale strategia, nel solco del *concept* già in uso, dovrà dare più forza ai messaggi veicolati;
- Il Piano di Comunicazione su base annuale dovrà definire le modalità, gli strumenti e i canali di comunicazione più efficaci per ciascun *target* individuato;
- sulla base delle esperienze maturate nel corso del 2018 ed in ragione dei positivi risultati ottenuti, è intenzione del Fondo continuare ad investire in azioni di informazione e promozione attraverso la veicolazione di messaggi su differenti canali media. A tale scopo, il supporto specialistico si renderà necessario per la predisposizione di un Piano Media dedicato e per il relativo coordinamento e monitoraggio in fase realizzativa;
- la scelta dei canali media presupporrà la progettazione e realizzazione di prodotti audiovisivi mirati (spot video, spot radiofonico, video servizi/pillole), veicolabili anche attraverso il sito istituzionale, progettati sulla base di contenuti, eventualmente anche tecnici, condivisi con il Fondo;

- il Fondo riconosce l'importanza della comunicazione *web* e della necessità di un uso strutturato e consapevole dei canali *social* (Facebook, Twitter) come volano per incrementare contatti, visibilità e raggiungere potenziali nuove aziende aderenti. In quest'ottica, ritiene indispensabile puntare all'adozione di una *social media strategy* e ricorrere a professionalità esterne per la gestione dei canali *social* e per garantire adeguata formazione all'utilizzo, destinata ai dipendenti del Fondo;
- Il Fondo intende avvalersi di un supporto specialistico per le attività di Ufficio Stampa con particolare riferimento alla redazione di comunicati stampa, agenzie informative e alla diffusione, attraverso una *mailing list* dedicata, di informazioni, risultati ottenuti e documenti;
- Il Fondo intende avvalersi di un supporto specialistico per la progettazione, coordinamento e produzione di materiali (anche multimediali) relativi a Seminari Tecnici, pianificati per fornire utile supporto alle aziende aderenti facilitando la corretta presentazione, gestione e rendicontazione dei Piani formativi. I materiali prodotti dovranno essere resi disponibili e fruibili, peraltro, anche attraverso il sito istituzionale del Fondo;
- Il Fondo intende avvalersi di un supporto specialistico per la realizzazione di almeno 8 eventi con le aziende o con altri stakeholder individuati. Gli eventi, da pianificare sul territorio nazionale, avranno la principale finalità di fidelizzare gli aderenti esistenti e attirare potenziali nuovi aderenti. Il supporto richiesto includerà: la progettazione di un format di evento; la progettazione e produzione di relativi efficaci strumenti/materiali per una presentazione del Fondo e delle opportunità di finanziamento dallo stesso offerte; un'assistenza alla regia durante il corso degli eventi; un supporto tecnico nelle attività di sopralluogo effettuato presso le *location* individuate. Il format proposto dovrà essere caratterizzato da elementi di riconoscibilità e dovrà essere agevolmente replicabile in altre *location*;
- sulla base delle attività e servizi previsti ai punti precedenti e tenuto conto delle previsioni di spesa per il 2019, l'importo massimo dedicato al servizio è pari a € 165.000,00 oltre IVA;
- che il CdA del Fondo nella seduta del 19 febbraio 2019 ha deliberato l'avvio della procedura di selezione dell'operatore economico cui affidare il suddetto servizio, mediante la pubblicazione di un Avviso per effettuare un'indagine esplorativa di mercato finalizzata all'individuazione di cinque operatori economici da invitare alla successiva procedura negoziata ai sensi dell'art. 36 co. 2 lett. b) del D.lgs. 50/2016.

DETERMINA

1. Di dare avvio ad un'indagine di mercato finalizzata alla consultazione di almeno cinque operatori economici da invitare alla procedura negoziata ai sensi dell'art. 36, co. 2, lett. b) del D.lgs. n. 50/2016 per la fornitura di un servizio di supporto alle attività di comunicazione e promozione del Fondo, le cui componenti verranno puntualmente definite nell'Avviso e nel Disciplinare;

2. L'importo massimo complessivo destinato al suddetto servizio è pari ad € 165.000,00 oltre IVA;
3. Tale importo trova copertura nel Bilancio preventivo 2019 del Fondo For.Te.;
4. Di richiedere il CIG presso il sistema Simog dell'ANAC prima della pubblicazione dell'Avviso;
5. La procedura prescelta per la selezione dell'operatore economico è quella *negoziata* ai sensi dell'art. 36, co. 2 lett. b) del D.lgs. 50/2016, in quanto l'importo stimato è inferiore alla soglia di cui all'art. 35 del D.lgs. 50/2016;
6. Il contratto con l'Affidataria sarà stipulato, alle condizioni previste nell'Avviso e nel Disciplinare, cui si rinvia per i criteri per la selezione degli operatori economici e delle offerte, nonché per le principali condizioni generali del contratto;
7. Di verificare la regolarità della situazione previdenziale e dei requisiti di ordine generale, prima della stipula del contratto;
8. Il Direttore del Fondo, Dott.ssa Eleonora Pisicchio, sarà nominato Responsabile unico per il procedimento ai sensi dell'articolo 31 del Codice e curerà tutti gli adempimenti relativi alla suddetta procedura. La stessa sarà delegata alla firma del contratto.


Il Presidente
Paolo Arena