



N. 38 / 2017

**DETERMINAZIONE A CONTRARRE
AI SENSI DELL'ART. 32, 2° COMMA DEL D. LGS. 18 APRILE 2016, N.50,**

**NELL'AMBITO DI INDAGINE DI MERCATO PER MANIFESTAZIONE DI INTERESSE
FINALIZZATA ALL'AFFIDAMENTO DIRETTO DEL SERVIZIO DI "IDEAZIONE E
REALIZZAZIONE DI UNA AWARENESS RAISING CAMPAIGN" DA SVOLGERSI
ALL'INTERNO DEL PROGETTO EUROPEO CON ACRONIMO "CYCLEWALK"
COFINANZIATO DAL "PROGRAMMA INTERREG EUROPE 2014-2020".
CUP: B91B17000150006 CIG: Z3C202B4B3.**

IL DIRETTORE

Premesso che

il GECT GO è partner progettuale del progetto "CYCLEWALK MODE: sharing best practices and experience on data collecting and processing and involvement of users in order to improve planning of cycling and walking as modes of transport in urban and functional urban areas", finanziato dal secondo bando del Programma di cooperazione transnazionale Interreg Europe 2014-2020. Il progetto CYCLEWALK MODE mira, in un'ottica transnazionale, a migliorare le politiche e i programmi di pianificazione delle piste ciclabili e pedonali e a promuovere la mobilità sostenibile sul territorio del GECT GO, tramite lo scambio di best practices, visite studio e l'elaborazione di piani di azione, coinvolgendo sei partner europei provenienti da Italia, Romania, Austria, Lituania e Olanda.

il Progetto è stato approvato dal Comitato di monitoraggio del Programma in data 5 ottobre 2016 (Project code: PGI02450), il partner capofila ha sottoscritto il contratto di finanziamento in data 6 dicembre 2016, mentre il contratto di partenariato è stato sottoscritto dai partner in data 30 marzo 2017. Il Progetto ha un budget totale di € 1.591.000€ dei quali € 290.000 per le attività previste dal GECT GO nell'ambito del progetto: analisi del territorio dal punto di vista della pianificazione delle piste ciclabili al fine di migliorare le politiche di pianificazione urbana, sensibilizzazione dei cittadini attraverso attività promozionali, campagne pubblicitarie ed eventi per cambiare le abitudini di trasporto passando dalle macchine alle biciclette, coinvolgimento degli stakeholder rilevanti al fine dello scambio delle buone pratiche nell'ambito della pianificazione delle piste ciclabili e pedonali nelle aree urbane.

per il finanziamento del progetto il Programma prevede la copertura totale dei costi con una dotazione di fondi FESR (85%) oltre alla quota di cofinanziamento nazionale (15%);

il Progetto ha una durata complessiva di 60 mesi (dal 01/01/2017 al 31/12/2021) salvo proroghe non ipotizzabili al momento, ed è suddiviso in due fasi: - Fase I 01/01/2017 – 31/12/2019 e Fase II 01/01/2020 – 31/12/2021.

la strategia di comunicazione del progetto CYCLEWALK prevede la realizzazione di una awareness raising campaign per sensibilizzare sullo spostamento a piedi e in bicicletta. La campagna punta ad incoraggiare i cittadini dei territori coinvolti nel progetto (per l'Italia Gorizia e la Regione Sardegna, per la Slovenia Nova Gorica e Šempeter-Vrtojba, per la Romania Oradea, per l'Olanda Amsterdam, per la Lituania Vilnius, per l'Austria la Regione del Burgenland) ad utilizzare la bicicletta e a preferire lo spostamento a piedi. Il progetto punta a disincentivare l'uso della macchina, per ridurre l'inquinamento ambientale ed acustico. L'elaborazione del concept della campagna dovrà avvenire entro gennaio 2018. La prima fase della campagna si svolgerà nel primo semestre del 2018; la seconda fase nel secondo semestre 2018, la terza fase nel primo semestre 2019.

Ravvisata pertanto la necessità di individuare un soggetto idoneo al quale affidare l'attività di "ideazione e realizzazione di una awareness raising campaign" prevedendo lo svolgimento dei seguenti servizi:

- elaborazione del concept e del visual design della campagna (che dovrà comprendere anche il logo del progetto e i riferimenti al Programma che lo finanzia) e dei key messages (uno per ogni fase). Dovranno essere predisposte più soluzioni che verranno presentate al partenariato che si esprimerà selezionando la proposta più convincente. Il concept dovrà essere elaborato in inglese, italiano, sloveno. I key messages dovranno essere facilmente adattabili anche nelle altre lingue dei partner (olandese, rumeno, tedesco, lituano). L'adattamento linguistico e culturale del messaggio è a carico di ciascun partner e non è dunque compreso nel servizio oggetto del presente avviso;

- predisposizione layout e stampa dei poster da affiggere nei Comuni di Gorizia, Nova Gorica, Šempeter-Vrtojba.

1. Prima fase: si ipotizzano le seguenti quantità e le seguenti dimensioni: a Gorizia 2 jumbo poster di dimensioni 6x3m e n.50 poster di dimensioni 100x140 cm; a Nova Gorica n.2 jumbo poster (6x3 m) e 30 poster di dimensioni 100x140 cm; a Šempeter-Vrtojba n.1 jumbo poster (6x3 m) e 20 poster di dimensioni 100x140 cm;

2. Seconda fase: 4 poster da posizionare su camion a vela (dimensioni ipotizzabili 4x3 m), 2 in lingua italiana e due in lingua slovena, da posizionare per 2 giorni a settimana nell'arco di 2 settimane;

3. Terza fase: n. 100 poster di dimensioni 50 x 70 cm.

- Predisposizione di 3 banner da veicolare sui social media.

- pagamento spazi di affissione e pubblicità. Nella prima fase i poster verranno affissi in spazi di pubblica affissione di proprietà dei Comuni di Gorizia, Nova Gorica, Šempeter-Vrtojba; nella seconda fase verranno noleggiati dei camion a vela privati. Pagamento inserzioni pubblicitarie su Facebook e Twitter (1 inserzione pubblicitaria in lingua italiana su Facebook della durata di 3 settimane per ciascuna fase della campagna; 1 inserzione pubblicitaria in lingua italiana su Twitter della durata di 3 settimane per ciascuna fase della campagna; 1 inserzione pubblicitaria in lingua slovena su Facebook della durata di tre settimane per ciascuna fase della campagna e 1 inserzione in lingua slovena su Twitter della durata di tre settimane per ciascuna fase della campagna).

- compenso per un testimonial vip della campagna, da individuare insieme al committente. Il vip dovrà essere una persona riconoscibile per il territorio transfrontaliero di Gorizia, Nova Gorica, Šempeter-Vrtojba. L'impegno del testimonial si concretizzerà in due giornate per discussione e condivisione immagine da veicolare; scatto di foto, presentazione ai mass media dell'iniziativa

Ritenuto pertanto opportuno eseguire un'indagine di mercato, a scopo conoscitivo ed esplorativo, attraverso idonee forme di pubblicità, nel rispetto dei principi di trasparenza, rotazione e parità di trattamento, in previsione di procedere all'affidamento del servizio di "ideazione e realizzazione di una awareness raising campaign" ex art. 36, comma 2, lett. a) del D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50;

Ravvisato che la stazione appaltante, al fine di rispettare i tempi della programmazione, ha necessità di provvedere sollecitamente alla esecuzione dei servizi indicati in epigrafe e che per rispettare il cronoprogramma del progetto è necessario affidare con urgenza il servizio d'ideazione e realizzazione di una awareness raising campaign e che pertanto, ai sensi dell'art. 61 del Codice, il termine per la ricezione delle domande verrà ridotto a non meno di quindici giorni;

Preso atto dell'interesse transfrontaliero certo, l'avviso di indagine di mercato sarà pubblicato, oltre che sull'apposita pagina del sito istituzionale del GECT GO, sulle analoghe pagine dei siti istituzionali delle tre municipalità che ne fanno parte

Preso atto che per la suddetta attività il progetto prevede un budget di € 15.980,00 - al netto di I.V.A. e comprensivo di eventuale Cassa Previdenziale e del rimborso delle spese e dei compensi accessori

Accertato che in esito alla presa visione dei cataloghi presenti sul MEPA sulla base dell'istruttoria svolta i servizi previsti non rientrano nei Bandi proposti;

Ritenuto pertanto di procedere all'individuazione del soggetto di cui sopra tramite un'indagine di mercato, pubblicando sul sito ufficiale del GECT GO un invito a presentare domanda di qualificazione alla quale far seguire una successiva fase di presentazione dell'offerta da parte dell'operatore economico qualificatosi o ad affidargli il servizio direttamente.

Preso atto che, ai sensi del D.Lgs. 50/2016 il presente intervento rientra tra gli affidamenti di cui all'art. 36 comma 2 punto a) (affidamento diretto), in quanto di importo inferiore a € 40.000,00;

Considerato, in tema di qualificazione della stazione appaltante, che trova applicazione quanto prevede l'articolo 36, comma 1, del D. Lgs. 18 aprile 2016 n. 50, ai sensi del quale è possibile procedere direttamente e autonomamente;

Verificato che con la deliberazione dell'Assemblea del GECT GO dd. 12/12/2016 "Approvazione del Bilancio preventivo annuale 2017 e pluriennale 2017-2019" è stato approvato il bilancio previsionale del GECT GO per gli anni 2017-2019 e che per la spesa in oggetto vi è la corrispondente copertura finanziaria alle voci:

- Contributi da progetti;

Visti:

l'art. 32, 2° comma, del D. Lgs. 50/2016, il quale prevede che prima dell'avvio delle procedure di affidamento dei contratti pubblici, le stazioni appaltanti, in conformità ai propri ordinamenti, decretano o determinano di contrarre, individuando gli elementi essenziali del contratto e i criteri di selezione degli operatori economici e delle offerte;

la propria competenza a procedere ai sensi dell'art. 4, del Regolamento per l'organizzazione interna del GECT GO - "Compiti del Direttore " del 27 novembre 2015;

Ricordato che il GECT GO è organismo di diritto pubblico la cui natura pubblica è stata espressamente riconosciuta con l'iscrizione, ai sensi dell'art. 1 del D.P.C.M. 6 ottobre 2009, nel Registro GECT presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri del Governo Italiano – Dipartimento per gli Affari regionali (iscrizione n. 3 dd. 15 settembre 2011 e succ. mod. dd. 17 febbraio 2014);

Tutto ciò premesso e considerato

DETERMINA

1. richiamato quanto esposto in premessa, di prendere atto che vi è la necessità di procedere all'affidamento di un servizio di "ideazione e realizzazione di una awareness raising campaign" per il progetto Cyclewalkmode seguendo quanto previsto dal Manuale di Implementazione dei Progetti Interreg Europe come dettagliato in premessa, per un importo a base d'asta di € 15.980,00 al netto di I.V.A. e comprensivo di eventuale Cassa Previdenziale e del rimborso delle spese e dei compensi accessori
2. di procedere, per le motivazioni esposte in premessa, a individuare un soggetto al quale affidare l'incarico di cui sopra tramite un'indagine di mercato pubblicando sul sito ufficiale del GECT GO un invito a presentare domanda di qualificazione alla quale far seguire una successiva fase di presentazione dell'offerta da parte dell'operatore economico qualificatosi o ad affidargli il servizio direttamente.
3. di adottare la determinazione a contrarre con i contenuti esposti in premessa, riservandosi di predisporre tutti gli atti e a compiere tutte le attività necessarie per il corretto e razionale svolgimento delle procedure.
4. di prendere atto dell'esistenza della copertura per la spesa in oggetto.

Gorizia, 5/10/2017

Il Direttore del GECT GO

dott.ssa Sandra Sodini

