

Decreto n. 138 del 25/07/2022

**Oggetto:** Determina di indizione di procedura negoziata senza previa pubblicazione del bando di gara ai sensi dell'art. 63 del D.Lgs. n. 50/2016, come stabilito dall'art.1, co. 2 lett. b) della Legge n. 120 dell'11.09.2020 così come modificato dall'art. 51, comma 1, lettera a), sub. 2.2), del D.L. 77 del 2021, mediante Richiesta di Offerta (RdO) sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA), per l'affidamento del servizio di "Acquisizione di spazi pubblicitari online per la digital communication", per un importo a base d'asta pari a € 210.000,00 (IVA esclusa), con aggiudicazione mediante criterio del minor prezzo.

**CIG: 9332987085 - CUP: E69I17000130002**

### IL DIRETTORE

VISTO il D. Lgs. n. 50/2016 e s.m.i.;

VISTO in particolare l'art. 32, comma 2, 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;

VISTO l'art.1, co. 2 lett. b) della Legge n. 120 dell'11.09.2020 così come modificato dall'art. 51, comma 1, lettera a), sub. 2.2), del D.L. 77 del 2021, ai sensi del quale è possibile procedere mediante "procedura negoziata, senza bando, di cui all'articolo 63 del decreto legislativo n. 50 del 2016, previa consultazione di almeno cinque operatori economici, ove esistenti, nel rispetto di un criterio di rotazione degli inviti, che tenga conto anche di una diversa dislocazione territoriale delle imprese invitate, individuati in base ad indagini di mercato o tramite elenchi di operatori economici, per l'affidamento di servizi e forniture, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, di importo pari o superiore a 139.000 euro e fino alle soglie di cui all'articolo 35 del decreto legislativo n. 50 del 2016..."

VISTO l'art. 36, comma 7, del D.Lgs. 50/2016, il quale prevede che «Con il regolamento di cui all'articolo 216, comma 27-octies, sono stabilite le modalità relative alle procedure di cui al presente articolo, alle indagini di mercato, nonché per la formazione e gestione degli elenchi degli operatori economici. Nel predetto regolamento sono anche indicate specifiche modalità di rotazione degli inviti e degli affidamenti e di attuazione delle verifiche sull'affidatario scelto senza svolgimento di procedura

negoziata. Fino alla data di entrata in vigore del regolamento di cui all'articolo 216, comma 27-octies, si applica la disposizione transitoria ivi prevista»;

VISTE le Linee Guida ANAC n. 4, aggiornate al Decreto Legislativo 19 aprile 2017, n. 56 con delibera del Consiglio n. 206 del 1 marzo 2018, 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»;

VISTO l'art. 1, comma 449 della L. 296 del 2006, come modificato dall'art. 1, comma 495, L. n. 208 del 2015, che prevede che le Istituzioni universitarie – tra gli altri - sono tenute ad approvvigionarsi utilizzando le Convenzioni stipulate da Consip S.p.A., previste dall'art. 26 della legge 488/2000 e .m.i.;

VISTO l'art. 1 comma 450 della legge n. 296/2006, come modificato dall'articolo 1 comma 130 della legge 145/2018, che stabilisce che le Università – tra gli altri – sono tenute a fare ricorso al mercato elettronico della pubblica amministrazione [Me.PA.] per gli acquisti di beni e servizi di importo pari o superiore a 5000 euro, ed al di sotto della soglia di rilievo comunitario;

CONSIDERATO che, ai sensi dell'articolo 36, comma 6, ultimo periodo del Codice, il Ministero dell'Economia e delle Finanze, avvalendosi di CONSIP S.p.A., ha messo a disposizione delle Stazioni Appaltanti il Mercato Elettronico delle Pubbliche Amministrazioni e dato atto, pertanto, del fatto che, sul ME.PA., si può acquistare anche mediante Richiesta di Offerta (RdO);

VISTO l'art. 56, del vigente *Regolamento di Ateneo per l'Amministrazione, la Finanza e la Contabilità* d in particolare i commi 6 e 7;

VISTO il Regolamento di organizzazione e funzionamento di Federica Weblearning - Centro di Ateneo per l'Innovazione, la Sperimentazione e la Diffusione della Didattica Multimediale emanato con D.R. n. 2669 del 28/06/2022 e s.m.i.;

VISTO il *Protocollo d'Intesa tra Regione Campania e Università degli Studi di Napoli Federico II, per la disciplina dei rapporti tra le parti per la realizzazione del Progetto "Federica Weblearning. La Fabbrica digitale"* - nell'ambito del progetto POR FESR 2014-2020 Asse 2 Obiettivo Specifico 2.3 Azione 2.3.1- approvato dall'Università degli Studi di Napoli Federico II con Decreto Rettorale n. 2014 del 26.05.2017 – conferendo mandato al Centro di Ateneo per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale Federica Weblearning di provvedere alla gestione di tutte le

iniziative e gli adempimenti connessi all'attuazione del suddetto Progetto - e dalla Regione Campania con Delibera di Giunta n. 140 del 14.03.2017;

- VISTO il Decreto dirigenziale della Regione Campania n. 44 del 24/07/2017, con il quale, ai sensi dell'art. 3 del Protocollo di Intesa, è stato istituito il Comitato di attuazione del Protocollo d'Intesa, con il compito di supervisionare la predisposizione del progetto, definirne le eventuali rimodulazioni, nonché, analizzare e proporre la risoluzione di eventuali criticità;
- VISTA la delibera n. 2 del 24.11.2017 con la quale il Comitato Direttivo del Centro Federica Weblearning – Centro di Ateneo per l'Innovazione, la Sperimentazione e la Diffusione della Didattica Multimediale (di seguito denominato Centro), ha autorizzato, in ottemperanza a quanto disposto dal D.R. n. 2014 del 26.05.2017, il Direttore del Centro a sottoscrivere la Convenzione con la Regione Campania per la disciplina dei rapporti tra le parti per la realizzazione del Progetto “*Federica Weblearning. La Fabbrica digitale*” nonché all'adozione di tutti gli atti necessari e conseguenti;
- VISTO il Decreto del Direttore n. 72 del 29.11.2017 di nomina della dott.ssa Claudia Russo, cat. D, Direttore Tecnico del Centro come Responsabile Unico del Procedimento per il Progetto “*Federica Weblearning. La Fabbrica digitale*” – POR FESR CAMPANIA 2014 – 2020 – Asse 2 Obiettivo Tematico 2.3 Azione 2.3.1;
- VISTA la Convenzione tra la Regione Campania e l'Università degli Studi di Napoli Federico II – Centro di Ateneo Federica Weblearning, per la disciplina dei rapporti tra le parti per la realizzazione del Progetto “*Federica Weblearning. La Fabbrica digitale – Prima fase*” sottoscritta digitalmente nelle date 30.11.2017 e 01.12.2017;
- VISTA la nota pec del 06.03.2019, rettificata con nota n. 245782 del 16.04.2019, con la quale il Centro ha trasmesso la progettazione esecutiva relativa alla II e III fase del progetto *de quo*, corredata da piani finanziari e crono programmi;
- VISTO il Verbale 05/04/2019 con il quale il Comitato di Attuazione di cui art. 3 del Protocollo d'Intesa ha validato la progettazione esecutiva - fasi II e III e relativi piani economici e crono programmi per le annualità 2019 e 2020, del progetto *de quo* in quanto coerente con l'azione 2.3.1 (OT2 - priorità di investimento 2b) del POR FESR Campania 2014/2020;

VISTO il Decreto del Direttore n. 54 del 12.04.2019 di conferma della nomina della dott.ssa Claudia Russo, cat. D, Direttore Tecnico del Centro come Responsabile Unico del Procedimento relativamente a tutte le Fasi di attuazione del Progetto “Federica Weblearning. La Fabbrica digitale” – POR FESR CAMPANIA 2014 – 2020 – Asse 2 Obiettivo Tematico 2.3 Azione 2.3.1;

VISTO il Decreto Dirigenziale della Regione Campania n. 97 del 03.05.2019 con il quale

- è stata approvata la progettazione esecutiva inerente la II e III fase - annualità 2019 e 2020 – del Progetto “Federica Web-learning. La Fabbrica Digitale ” a valere sui sui fondi del POR FESR CAMPANIA 2014/2020 Asse II, Obiettivo tematico 2 Azione 2.3.1;
- è stato approvato lo schema di Convenzione tra la Regione Campania e la Università degli Studi di Napoli Federico II – Centro di Ateneo Federica Weblearning -, redatto in osservanza di quanto previsto dal vigente Manuale di Attuazione FESR 2014/20, per la realizzazione della II e III fase-annualità 2019 e 2020 – del progetto *de quo*;

VISTA la Convenzione tra Regione Campania e l’Università degli Studi di Napoli Federico II – Federica Weblearning, Centro di Ateneo per l’Innovazione, la Sperimentazione e la Diffusione della Didattica Multimediale – per la disciplina dei rapporti tra le parti per la realizzazione del Progetto “*Federica Weblearning. La Fabbrica digitale – fasi II e III*” sottoscritta digitalmente, rispettivamente, nelle date 09.05.2019 e 10.05.2019;

VISTA la Delibera n. 2 del 14.05.2019 con la quale il Comitato Direttivo ha ratificato, all’unanimità, la sottoscrizione della Convenzione di cui sopra;

VISTA l’istanza di proroga al 31.12.2021, presentata tramite pec il giorno 17/12/2020, dal Responsabile del Procedimento, delle attività del progetto “Federica Weblearning. La Fabbrica Digitale” per le fasi II e III, avanzata ai sensi dell’articolo 12 della suddetta Convenzione con nota corredata da crono programma;

VISTO il Decreto Dirigenziale n. 478 del 18.12.2020 con il quale la Regione Campania ha concesso la proroga per la realizzazione delle attività previste per le fasi II e III del progetto “Federica Weblearning. La Fabbrica Digitale” al 31.12.2021;

VISTA altresì, l’istanza di proroga al 31.12.2022 delle attività del progetto “Federica Weblearning. La Fabbrica Digitale” per le fasi II e III, avanzata ai sensi dell’articolo 12 della suddetta Convenzione con nota corredata, da crono programma, presentata tramite pec il giorno 24/11/2021, dal Responsabile del Procedimento;

VISTO il Decreto Dirigenziale n. 96 del 10.12.2021 con il quale la Regione Campania ha concesso la proroga per la realizzazione delle attività previste per le fasi II e III del progetto “Federica Weblearning. La Fabbrica Digitale” al 31.12.2022;

VISTO l’obiettivo operativo n. 4 denominato “Comunicazione istituzionale, marketing e promozione” del Progetto di cui sopra secondo il quale *l’attività di comunicazione è considerata di primaria importanza per promozione e diffusione delle diverse fasi del progetto, sia in ambito locale, destinandola al pubblico giovanile campano quale canale privilegiato di veicolazione dei contenuti, sia in ambito nazionale ed internazionale, nell’ottica di valorizzarne i risultati e stimolare sinergie con i diversi attori istituzionali del mondo della Ricerca. L’obiettivo è quello di individuare e promuovere il Progetto presso un target di riferimento di tipo scientifico ed istituzionale, al fine di stimolarne l’attivazione e l’interesse per diffondere il progetto nella comunità scientifica, in ambiti extrauniversitari, e a livello regionale e nazionale, europeo ed internazionale (...). Inoltre, le attività prevedendo anche l’ottimizzazione grafica di strumenti di comunicazione specifici, riproducendo gli stessi nelle misure e quantità previste dagli spazi scelti...*;

CONSIDERATO che al fine di adempiere agli obblighi relativi alle azioni di informazione e pubblicità degli interventi cofinanziati dai fondi strutturali occorre attuare azioni di pubblicità e informazione relativamente alle operazioni finanziate con le misure del POR Campania FESR 2014 – 2020 come previsto dalla Regolamentazione europea (Reg. UE 1303/2013) nonché dalle "Linee guida e manuale d’uso per le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità a cura dei beneficiari del POR Campania FESR 2014-2020" (DD. n. 44 del 20.03.2017 (BURC n. 26 del 27/03/2017));

CONSIDERATO, altresì, che l’acquisizione di spazi pubblicitari on line, è finalizzata ad informare i potenziali beneficiari finali, nonché le autorità locali e le altre autorità pubbliche competenti, le organizzazioni professionali e gli ambienti economici, gli operatori dei progetti sulle possibilità offerte dagli interventi realizzati con il POR FESR Campania 2014 -2020 - Asse 2 - OBIETTIVO TEMATICO 2 - AZIONE 2.3.1;

VISTA la Nota (PG/2022/49648 del 27/04/2022) con la quale la dott.ssa Gaetana Melchionna, funzionario tecnico di cat. EP 1, in servizio presso il Centro, ha richiesto l’avvio della procedura per l’acquisizione di spazi pubblicitari online per la "digital communication" e la comunicazione pubblica dei risultati del progetto “Federica Weblearning. La fabbrica digitale” - POR FESR 2014-2020 II e III Fase Asse 2 Obiettivo Specifico 2.3 Azione 2.3.1. - CUP: E69I17000130002, favorendo, altresì, ulteriori nuovi pubblici di riferimento che possano conoscere e utilizzare gratuitamente i learning spaces della

multiplatforma federica.eu. In particolare nella nota cit. si richiede l'autorizzazione alla spesa delle seguenti tipologie di spazi tabellari:

- Google Ads - Display, Search e Native
- Facebook Ads - Facebook e Instagram
- LinkedIn Ads - LinkedIn
- Email Automation
- Backlink

VISTA la delibera del Comitato Direttivo n. 5 del 28.04.2022, con la quale, su proposta del Direttore,  $\sqrt{\text{®}}$  stata autorizzata l'indizione di una procedura negoziata senza previa pubblicazione del bando di gara ai sensi dell'art.63 del D.Lgs. n. 50/2016, come stabilito dall'art.1, co. 2 lett. b) della Legge n. 120 dell'11.09.2020 cos $\sqrt{\text{^}}$  come modificato dall'art. 51, comma 1, lettera a), sub. 2.2), del D.L. 77 del 2021, mediante il ricorso al Mercato Elettronico (MEPA) attraverso il sistema della Richiesta di Offerta (RDO) previa consultazione di almeno cinque operatori economici - per un importo non superiore ad euro 210.000,00 Iva esclusa a valere sui fondi FESR e tramite il portale MEPA, per l'acquisizione di spazi pubblicitari online per la "digital communication" e la comunicazione pubblica dei risultati del progetto "Federica Weblearning. La fabbrica digitale" - POR FESR 2014-2020 II e III Fase Asse 2 Obiettivo Specifico 2.3 Azione 2.3.1. - CUP: E69I17000130002., secondo le specifiche tecniche di cui alla nota PG/2022/49648 di cui sopra;

VISTO che con la delibera cit. è stata disposta la copertura finanziaria dell'intervento con i seguenti fondi iscritti: Progetto POR FESR\_CAMPANIA 2014 - 2020\_FEDERICA\_WEBLEARNING\_LA FABBRICADIGITALE\_II E III FASE" Asse 2 - OBIETTIVO TEMATICO 2 - AZIONE 2.3.1., sul conto CA.04.41.06.03.06 "Altri costi per attività istituzionali"- CUP: E69I17000130002;

VISTO altresì, che con la suddetta delibera il Responsabile Unico del Procedimento per la procedura questione è stato individuato nella dott.ssa Ilaria Merciai, funzionario tecnico di cat. D1 in servizio presso il Centro;

VISTO quindi, il proprio Decreto n. 119 del 31.05.2022 con il quale la dott.ssa Ilaria Merciai è stata nominata RUP dell'intervento in questione;

DATO ATTO pertanto, di procedere all'acquisizione dei suddetti servizi volti all'acquisizione degli spazi pubblicitari per la digital communication, funzionale, infatti, alla diffusione capillare della multiplatforma federica.eu e all'ampliamento del proprio target di riferimento, dando massima valorizzazione alla straordinaria offerta di MOOC;

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II  
CENTRO DI SERVIZIO DI AGENZIA FEDERICA WEBLEARNING - DIDATTICA MULTIMEDIALE  
PG/2022/009658 del 25/07/2022  
Firmatari: CALISE MAURO

VERIFICATA la non esistenza di Convenzioni Consip attive in merito a tale merceologia della non idoneità della Convenzione Consip a soddisfare il fabbisogno dell'Amministrazione per «mancanza delle caratteristiche essenziali;

VISTA la Relazione del Responsabile Unico del Procedimento, dott.ssa Ilaria Merciai, (PG/2022/94668) del 22/07/2022 dalla quale si evince che:

- è stato redatto Capitolato tecnico e Disciplinare amministrativo;
- per l'acquisizione di spazi pubblicitari online per la digital communication non è possibile ricorrere alle convenzioni Consip attive sul MEPA, mentre è disponibile e attivo il Bando MEPA "SERVIZI DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E MARKETING" categoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato". Pertanto, la procedura potrà essere espletata tramite RDO sul MEPA invitando almeno cinque operatori economici abilitati al Bando suddetto";
- non si è provveduto alla suddivisione in lotti, in quanto i servizi richiesti dovranno essere eseguiti dal medesimo operatore economico, poiché la corretta esecuzione dell'appalto ne rende necessaria la gestione unitaria a cura del medesimo operatore economico;
- il contratto avrà durata a decorrere dalla data di stipula dello stesso e sino al 31.12.2022;
- che sono stati individuati i seguenti criteri di selezione di cui all'art. 83, co. 1, lett. b) *fatturato minimo annuo nel triennio 2019-2020-2021, pari almeno ad Euro 420.000,00, IVA esclusa ovvero pari al doppio del valore stimato dell'appalto* \_ la motivazione dà conto del fatto che tale requisito si rende necessari per poter garantire il possesso di idonea capacità economica nell'esecuzione delle prestazioni contrattuali nel settore di riferimento;
- che nella individuazione dei cinque operatori economici da invitare alla procedura di gara è stato rispettato il principio della diversa dislocazione territoriale;
- che l'elenco delle Imprese abilitate all'iniziativa MEPA di riferimento, nel caso di specie "SERVIZI DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E MARKETING", categoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato", assolve alla funzione di un elenco di operatori economici potenzialmente interessati ad essere invitati a procedure aventi ad oggetto l'affidamento di forniture nell'ambito della categoria merceologica di riferimento e che pertanto possa omettersi

la pubblicazione dell'avviso esplorativo sul profilo del committente, ritenendosi che l'avvenuta pubblicazione da parte di Consip SpA di un bando MEPA, aperto a tutti gli operatori economici potenzialmente interessati ed in possesso dei prescritti requisiti di qualificazione, assolva pienamente agli obblighi di pubblicità e trasparenza prescritti dal Codice e richiamati dalla Linea Guida ANAC n. 4 al fine della creazione degli elenchi appositamente costituiti da cui selezionare gli operatori economici da invitare alle procedure;

- per quanto concerne la selezione dei cinque operatori da inviare alla RdO, quindi, si è proceduto a selezionare tra gli operatori economici iscritti al Bando MEPA "SERVIZI DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E MARKETING" categoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato", coloro che godono di elevata esperienza nell'ambito del digital marketing, specializzate in analisi di scenario, in consulenza personalizzata, in SEO, in web advertising, in social media advertising e in digital service design e con una forte capacità di sviluppo di operazioni di microtargeting in diversi ambiti – e precisamente:
  - KOTUKO SRL - P.IVA 11442140965;
  - MUG AGENCY SRL - P.IVA 14035251009
  - DELMONTE – DMEP - P.IVA 13221410155
  - ICORPORATE S.R.L. - P.IVA 08156060967
  - FUSE SRL - P.IVA 03338530367
- l'importo stimato di appalto e posto a base di gara è pari ad euro 210.000,00 (euro duecentodiecimila/00) oltre IVA (oneri della sicurezza da interferenza pari a zero euro);

VISTO

l'art. 1, comma 3, del Decreto - Legge n. 95/2012, convertito nella Legge n. 135/2012, ai sensi del quale «Le amministrazioni pubbliche obbligate sulla base di specifica normativa ad approvvigionarsi attraverso le convenzioni di cui all'articolo 26, comma 3 della legge 23 dicembre 1999, n. 488 stipulate da Consip S.p.A. o dalle centrali di committenza regionali costituite ai sensi dell'articolo 1, comma 455, della legge 27 dicembre 2006, n. 296 possono procedere, qualora la convenzione non sia ancora disponibile e in caso di motivata urgenza, allo svolgimento di autonome procedure di acquisto dirette alla stipula di contratti aventi durata e misura strettamente necessaria e sottoposti a condizione risolutiva nel caso di disponibilità della detta convenzione»;



CONSIDERATO che il contratto sarà sottoposto a condizione risolutiva nel caso di sopravvenuta disponibilità di una convenzione Consip S.p.A. avente ad oggetto servizi comparabili con quelli oggetto di affidamento, ai sensi della norma sopra citata;

RITENUTO conseguentemente, di attivare una procedura di appalto nella forma dell'affidamento, ai sensi e per gli effetti dell'art. 36, co. 2, lett. b), D. Lgs 50/2016, per l'affidamento dell'acquisizione di spazi pubblicitari online per l'attività di web e digital marketing, da aggiudicarsi sulla base del criterio del minor prezzo ai sensi e per gli effetti dell'art. 36, co. 9 bis del D.lgs 50/2016;

DATO ATTO che, in conformità dell'art. 51, co. 1 del D.Lgs n. 50/2016, la stazione appaltante non ha potuto effettuare una suddivisione in lotti, poiché il frazionamento risulta tecnicamente non attuabile;

DATO ATTO che in applicazione dell'art. 32 co. 10 lett. a) e b) del D.Lgs n. 50/2016 ai fini della stipula del contratto non si applica il termine dilatorio di 35 (trentacinque) giorni, c.d. stand still period, trattandosi di acquisto effettuato attraverso il MEPA;

DATO ATTO che l'acquisizione degli spazi in argomento sarà effettuata sia nel rispetto delle condizioni stabilite dal relativo bando a cui la ditta affidataria si è abilitata sul portale [www.acquistinretepa.it](http://www.acquistinretepa.it) che delle condizioni stabilite dall'Amministrazione e nei documenti di gara;

VISTA l'acquisizione tramite la piattaforma informatica SIMOG dell'ANAC del CIG per l'affidamento in questione: 9332987085;

DATO ATTO che è previsto come contributo ANAC a carico di questa stazione appaltante il pagamento della quota di euro 225,00 , mentre è dovuto il pagamento del contributo ANAC di euro 20,00 da parte degli operatori economici in quanto l'importo di gara è uguale o maggiore a € 150.000 e inferiore a € 300.000, secondo quanto disposto dalla Delibera n. 830 del 21 dicembre 2021 "Attuazione dell'art. 1, commi 65 e 67, della legge 23 dicembre 2005, n. 266, per l'anno 2022";

ACCERTATA la disponibilità finanziaria sul Progetto "POR FESR\_CAMPANIA 2014 - 2020\_FEDERICA\_WEBLEARNING\_LA FABBRICADIGITALE\_II E III FASE" Asse 2 - OBIETTIVO TEMATICO 2 - AZIONE 2.3.1., sul conto CA.04.41.06.03.06 "Altri costi per attività istituzionali" - CUP: E69I17000130002;

## DETERMINA

Per i motivi esposti in premessa che qui si intendono ripetuti e trascritti,

- di ricorrere all'affidamento ex art. 63 del D.Lgs. n. 50/2016, come stabilito dall'art.1, co. 2 lett. b) della Legge n. 120 dell'11.09.2020 così come modificato dall'art. 51, comma 1, lettera a), sub. 2.2), del D.L. 77 del 2021 tramite RdO (richiesta di Offerta), attraverso il Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MEPA), per un importo stimato di appalto e posto a base di gara pari ad euro 210.000,00 (euro duecentodiecimila/00) oltre Iva (oneri della sicurezza da interferenza pari a zero euro) determinato mediante il criterio del prezzo più basso ex art. 36, co. 9 bis, del D.Lgs. n. 50/2016 per l'acquisizione di spazi pubblicitari online per la digital communication;
- che l'appalto è da stipularsi a corpo;
- che il codice CIG è 9332987085;
- di attivare la procedura di affidamento sul MEPA mediante caricamento sulla Piattaforma di specifica RdO invitando i seguenti operatori economici accreditati al Bando MEPA "SERVIZI DI INFORMAZIONE, COMUNICAZIONE E MARKETING" categoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato", nella sezione apposita del Mercato Elettronico MEPA:
  - KOTUKO SRL - P.IVA 11442140965;
  - MUG AGENCY SRL - P.IVA 14035251009
  - DELMONTE - DMEP - P.IVA 13221410155
  - ICORPORATE S.R.L. - P.IVA 08156060967
  - FUSE SRL - P.IVA 03338530367
- di prendere atto ed approvare il Capitolato Tecnico e il Disciplinare Amministrativo e relativi allegati;
- di dare atto della regolare imputazione dell'importo a base d'asta pari ad euro 210.000,00 (Iva esclusa) sul Progetto POR FESR\_CAMPANIA 2014 - 2020\_FEDERICA\_WEBLEARNING\_LA FABBRICADIGITALE\_II E III FASE" Asse 2 - OBIETTIVO TEMATICO 2 - AZIONE 2.3.1., sul conto CA.04.41.06.03.06 "Altri costi per attività istituzionali" - CUP: E69I17000130002;
- di impegnare ed autorizzare al pagamento la somma di € 225,00 a titolo di contributo ANAC a valere sul Fondo Economale attribuito a questo Centro;
- di dare atto è dovuto il pagamento del contributo ANAC di € 20,00 da parte degli operatori economici per l'importo di gara uguale o maggiore a € 150.000 e inferiore a € 300.000 secondo quanto disposto dalla Delibera n. 1174/2018 "Attuazione dell'art. 1, commi 65 e 67, della legge 23 dicembre 2005, n. 266, per l'anno 2019";
- di dare mandato all'Unità organizzativa Responsabile del Procedimento di porre in essere tutti gli adempimenti relativi agli obblighi di cui alla vigente normativa in materia di trasparenza e di prevenzione della corruzione, connessi all'adozione del presente provvedimento.



Il Direttore del Centro

Prof. Mauro Calise

*(firmato digitalmente ai sensi dello art. 24 del d.lgs. 82/2005)*

Bilancio di Previsione annuale autorizzatorio – E.F. 2022		Cod. Struttura 040550		
BUDGET ECONOMICO				
Tipo scrittura		Codice Conto	Descrizione Conto	Cod.Progetto
n. Vincolo	Importo			
1	210.000,00	CA.04.41.06.03.06	“Altri costi per attività istituzionali”;	POR_FESR_CAMPANIA_2014 - 2020_FEDERICA_WEBLEARNING_LA FABBRICA DIGITALE_ II E III FASE
Note:				

Per l'attestazione della copertura economico-finanziaria:

Il Responsabile dei Processi Amm.tivi e Contabili:

f.to dott.ssa Claudia Russo

Per l'attestazione della corretta imputazione della spesa al progetto:

Il Responsabile scientifico del progetto

f.to Prof. Mauro Calise

**RICHIESTA ACQUISIZIONE DI SPAZI PUBBLICITARI ONLINE PER LA  
"DIGITAL COMMUNICATION" DEL PROGETTO LA FABBRICA DIGITALE**

**Progetto Federica Weblearning. LA FABBRICA DIGITALE - Fase II e III**

**VOCE DI SPESA FESR:** O. Servizi complessi

**Obiettivo 4: Comunicazione istituzionale, marketing e promozione**

Impegno economico: **€ 210.000 + IVA**

Il Centro Federica Weblearning intende acquisire spazi pubblicitari online per la **Digital Communication**, le attività di **disseminazione dei learning spaces** e la **comunicazione pubblica dei risultati di progetto della Fabbrica Digitale**. Nel 2021 le precedenti attività di comunicazione sui canali digitali di comunicazione hanno consentito di raggiungere un pubblico potenziale di oltre 3 milioni di persone che ha avuto modo di conoscere l'offerta di learning spaces della multiplatforma. Tali attività rappresentano oggi un canale privilegiato per incrementare la visibilità della Fabbrica Digitale, in particolare dei suoi **output e outcome** di Progetto.

**Caratteristiche della fornitura richiesta**

Per le attività di disseminazione sui canali digitali, al fine di raggiungere ulteriori nuovi pubblici di riferimento che possano utilizzare i learning spaces della multiplatforma federica.eu e conoscere i risultati del Progetto La Fabbrica Digitale, si richiede l'autorizzazione alla spesa delle seguenti tipologie di servizi:

- Google Ads - Display, Search e Native
- Facebook Ads - Facebook e Instagram
- LinkedIn Ads - LinkedIn
- Email Automation
- Backlink

Napoli, 26 aprile 2022

Firma

**Responsabile di Progetto**

  
Gaetana Melchiorra

**Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
**federica.eu**

Al Direttore del Centro  
**"FEDERICA WEBLEARNING**  
CENTRO DI ATENEO PER L'INNOVAZIONE  
LA SPERIMENTAZIONE E LA DIFFUSIONE  
DELLA DIDATTICA MULTIMEDIALE"

SEDE

**Oggetto:** Relazione istruttoria - Determina a contrarre per l'acquisizione di spazi pubblicitari online per la digital communication e la comunicazione pubblica dei risultati del progetto "Federica Weblearning. La fabbrica digitale" - POR FESR 2014-2020 II e III Fase Asse 2 Obiettivo Specifico 2.3 Azione 2.3.1. - CUP: E69I17000130002.

La presente relazione è rilasciata dalla sottoscritta dott.ssa Ilaria Merciai, cat. D 1, in servizio presso il Centro Federica Weblearning, in qualità di Responsabile del Procedimento ai sensi dell'art. 31 del D.lgs. n. 50/2016, incaricata con Decreto di nomina n. 119 del 31/05/2022.

### **Oggetto della gara**

L'appalto ha per oggetto l'acquisizione di spazi pubblicitari on line per la digital communication e la comunicazione pubblica dei risultati del progetto "Federica Weblearning. La fabbrica digitale" - POR FESR 2014-2020 Asse 2 Obiettivo Specifico 2.3 Azione 2.3.1 - in attuazione della Convenzione tra Regione Campania e l'Università degli Studi di Napoli Federico II – Centro di Ateneo Federica Weblearning, per la disciplina dei rapporti tra le parti per la realizzazione del Progetto "Federica Weblearning. La Fabbrica digitale – II e III fase".

### **Premessa**

Federica Web Learning è il Centro d'Ateneo dell'Università degli Studi di Napoli Federico II per l'innovazione, la sperimentazione e la diffusione della didattica multimediale.

Oggi con oltre 400 MOOC (Massive Open Online Courses), tutti ideati e realizzati con docenti dell'Università di Napoli Federico II e con la faculty di prestigiosi Atenei nazionali e internazionali, la multiplatforma federica.eu è un'eccellenza nella formazione digitale: prima single-university platform europea, è nella top 10 mondiale per produzione MOOC, che hanno raggiunto, in pochi anni, oltre centottanta milioni di learner sui principali aggregatori globali di formazione, offrendo una risposta didattica innovativa ai bisogni formativi delle generazioni digitali.

### **Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
**federica.eu**

Sviluppata dalla più antica Università pubblica del Mezzogiorno, grazie al cofinanziamento dei fondi strutturali europei, Federica Web Learning, nata nel 2007 come progetto pionieristico di alta formazione online con una prima piattaforma per la produzione e distribuzione di corsi multimediali ad accesso libero, è diventata una best practice nel panorama internazionale, con oltre tredici anni di esperienza e un team di professionisti specializzati nelle competenze chiave dell'education technology.

In coerenza con gli obiettivi previsti dall'Agenda Digitale Campania 2014 – 2020, il Centro Federica Web Learning, con il Progetto La Fabbrica Digitale, segue linee di attività finalizzate alla ricerca, produzione e diffusione dei Learning Spaces ed e-content attraverso i canali digitali della multipiattaforma federica.eu, un prodotto d'avanguardia della programmazione europea, grazie all'investimento della Regione Campania rinnovato e potenziato nel 2017.

In questa fase caratterizzata dalla continua espansione del fenomeno MOOC (oltre 220 milioni di learners globali sulle principali piattaforme MOOC) e in relazione alla crescita dell'offerta formativa della multipiattaforma Federica, volta a soddisfare una domanda sempre più ampia di formazione in modalità digitale, si ritiene necessario dare continuità alle attività di comunicazione, promozione e diffusione dei learning spaces di Federica sul territorio campano, nazionale e internazionale.

La strategia adottata persegue il duplice obiettivo di incrementare la visibilità e l'accesso all'Hub multipiattaforme di Federica Web Learning, segmentando a seconda dei pubblici di riferimento, e di garantire la diffusione del Progetto "Federica Web Learning. La Fabbrica Digitale", come previsto dalla Regolamentazione europea (Reg. UE 1303/2013) nonché dalle "Linee guida e manuale d'uso per le azioni di comunicazione, informazione e pubblicità a cura dei beneficiari del POR Campania FESR 2014-2020" (DD. n. 44 del 20.03.2017, BURC n. 26 del 27/03/2017).

Definito, pertanto, nel dettaglio, il prodotto e gli obiettivi della strategia di comunicazione istituzionale, grazie al know how di professionalità interne, si rende indispensabile, a questo punto, ricorrere a procedure esterne volte all'acquisizione degli spazi pubblicitari on line per la digital communication e la comunicazione pubblica dei risultati del progetto "Federica Weblearning. La fabbrica digitale", fondamentali per assicurare la diffusione capillare della multipiattaforma federica.eu e l'ampliamento del proprio target di riferimento, dando massima valorizzazione alla straordinaria offerta di MOOC.

### Federica Web Learning

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
[federica.eu](http://federica.eu)

Tale intervento – approvato con la delibera n. 05 del 28/04/2022 dal Comitato Direttivo del Centro - in particolare, prevede che l'operatore cui verrà affidato il servizio dovrà eseguire la seguente prestazione:

- **SEO:** ottimizzazione SEO on-page e off-page della multiplatforma federica.eu (composta da un LMS proprietario, un LMS open-source e un CMS open-source);
- **Digital Advertising:** pianificazione e gestione di attività attraverso la piattaforma Google Ads (SEM, Display Ads, Youtube Ads e Remarketing) e gestione di attività e annunci multi-target attraverso piattaforme social coerenti con gli obiettivi e i target della multiplatforma Federica;
- **Affiliate Marketing:** gestione per attività di Digital PR e Sponsored content su siti web ritenuti pertinenti con i pubblici di riferimento dell'ecosistema della multiplatforma Federica;
- **Marketing Automation:** creazione e gestione di strumenti di e-mail marketing automation;
- **Native advertising:** creazione di annunci differenziati e multi-target che si integrano con le piattaforme contenitore;
- **Reporting automation:** creazione e gestione di strumenti per il monitoraggio automatizzato e interattivo delle attività organiche e a pagamento.

### Tipologia prevalente dell'appalto

#### Servizi

Acquisizione di spazi pubblicitari on line per la digital communication e la comunicazione pubblica dei risultati del progetto "Federica Weblearning. La fabbrica digitale".

#### Lotti

Le prestazioni contrattuali oggetto dell'appalto di cui al capitolato tecnico dovranno essere eseguite dal medesimo operatore economico, in quanto la corretta esecuzione dell'appalto ne rende necessaria la gestione unitaria a cura del medesimo operatore economico.

### Quantificazione dell'appalto

L'importo presunto è pari a € 210.000,00 – oltre IVA.

Il valore economico complessivo della acquisizione del servizio è stato determinato su una stima di costi anche alla luce di un precedente affidamento per analogo servizio effettuato dal Centro (RDO MEPA n. 2758250/2021).

I principali canali web di riferimento sono i seguenti

#### **Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
**federica.eu**

Facebook/Instagram Ads
LinkedIn Ads
Google Ads
Native Advertising
Email Marketing Automation
Affiliate Marketing – siti pertinenti

Si è proceduto, pertanto, ad un'analisi di settore sul numero di utenti per ogni singolo canale ai fini della definizione del numero di spazi necessari e del conseguente costo. In particolare, dal recente Report Digital 2022 <https://wearesocial.com/it/blog/2022/02/digital-2022-i-dati-italiani/> si comprende l'evoluzione delle piattaforme e del numero degli utenti di riferimento.

Occorre, altresì tenere conto che il numero di spazi sui rispettivi canali può variare in base a diversi parametri quali numero di riferimento click, rilevanza degli spazi in correlazione con i target, la durata temporale della singola attività di diffusione, la tipologia del contenuto di veicolare e la specificità dei diversi target.

Alla luce di quanto sopra, il valore dell'importo presunto è stato ripartito, quindi, in base alle esigenze di diffusione per ognuno dei canali all'uopo individuati e come di seguito indicato:

CANALI	SPAZI	COSTO
Facebook/Instagram Ads	almeno 150	euro 60.000 + IVA
LinkedIn Ads	almeno 80	euro 20.000 + IVA
Google Ads	almeno 100	euro 40.000 + IVA
Native Advertising	almeno 100	euro 20.000 + IVA
Email Marketing Automation		euro 20.000 + IVA
Affiliate Marketing – siti pertinenti	almeno 70	euro 50.000 + IVA
<b>TOTALE</b>		<b>euro 210.000 + IVA</b>

La sottoscritta, nella qualità di RUP, ritiene pertanto congrua e coerente la valutazione relativa al costo stimato del servizio e la indica come importo a base di gara.

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II  
 CENTRO DI SERVIZIO DI ATENEO FEDERICA WEBLEARNING - DIDATTICA MULTIMEDIALE  
 P.G.2022/0094668 del 22/07/2022



L'importo degli oneri della sicurezza da interferenza è pari a zero in quanto trattasi di fornitura che non è suscettibile di realizzare situazioni per le quali le norme vigenti richiedono la compilazione del DUVRI e la conseguente stima degli oneri per la sicurezza da interferenza.

### **Procedura di gara proposta**

Per adempiere a quanto indicato nella delibera n. 05 del 28/04/2022 del Comitato Direttivo del Centro, si propone che la procedura di gara sia quella indicata all'art.1, co. 2 lett. b) della Legge n. 120 dell'11.09.2020 così come modificato dall'art. 51, comma 1, lettera a), sub. 2.2), del D.L. 77 del 2021, ai sensi del quale è possibile procedere mediante "procedura negoziata, senza bando, di cui all'articolo 63 del decreto legislativo n. 50 del 2016, previa consultazione di almeno cinque operatori economici, ove esistenti, nel rispetto di un criterio di rotazione degli inviti, che tenga conto anche di una diversa dislocazione territoriale delle imprese invitate, individuati in base ad indagini di mercato o tramite elenchi di operatori economici, per l'affidamento di servizi e forniture, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l'attività di progettazione, di importo pari o superiore a 139.000 euro e fino alle soglie di cui all'articolo 35 del decreto legislativo n. 50 del 2016..."

Accertato che, dal monitoraggio del portale degli acquisti on line delle P.A, [www.acquistinretepa.it](http://www.acquistinretepa.it), non figurano forniture offerte in Convenzione Consip aventi caratteristiche corrispondenti a quanto richiesto sul MEPA, invece, è disponibile e attivo il Bando MEPA "Marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato". Pertanto, la procedura potrà essere espletata tramite RDO sul MEPA invitando almeno cinque operatori economici abilitati al Bando MEPA nella categoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato".

### **Individuazione degli operatori economici**

Per quanto concerne la selezione dei cinque operatori da inviare alla RdO si è proceduto a selezionare, anche nel rispetto di una diversa collocazione territoriale delle imprese, tra gli operatori economici iscritti al Bando MEPA categoria "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato", attraverso un'analisi sul web delle principali esperienze lavorative, inerenti all'oggetto della procedura de quo, coloro che godono di elevata esperienza nell'ambito del digital marketing.

Le aziende sono state selezionate in base all'elevata esperienza nell'ambito del web e digital marketing. In particolare, sono state valutate aziende specializzate in:

#### **Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
**federica.eu**

- analisi di scenario;
- consulenza personalizzata;
- SEO;
- web advertising e digital marketing;
- social media advertising;
- digital service design.

La multiplatforma di progetto federica.eu, per la ricchezza multidisciplinare dei contenuti offerti, si rivolge a pubblici differenti, come studenti (fascia scolastica, matricole universitarie, universitari), professionisti e utenti della galassia in espansione del lifelong learning.

Ogni pubblico individuato prevede una serie di specificità in base agli obiettivi di apprendimento, di orientamento o di aggiornamento, ma anche in relazione ai dati sociodemografici che li contraddistinguono (fascia di età, provenienza geografica, titolo di studio, professione, ecc.).

Risulta, dunque, di fondamentale importanza la profilazione degli utenti, per intercettare i possibili target e fidelizzarli anche in base ai rispettivi interessi e percorsi formativi.

Sarà utile, ai fini delle esigenze di digital advertising, indirizzare la disseminazione della multiplatforma a tutti i possibili segmenti di utenza, sulla base di profilazioni già analizzate dai professionisti interni, ma anche individuando pubblici terzi ai quali la stessa offerta variegata dei contenuti di Federica Web Learning può rispondere.

Per tale motivo è stata attribuita preferenza alle aziende con una forte capacità di sviluppo di operazioni di targeting in diversi ambiti, settori e in considerazione delle caratteristiche dei possibili pubblici di riferimento.

La ricerca per l'individuazione delle aziende ha tenuto conto anche della capacità di fornire una consulenza personalizzata e la capacità di gestione di attività marketing multicanale, data la peculiarità dell'ambito dell'education marketing.

Sono state considerate rilevanti, inoltre, le esperienze in ambito formativo che attestano la capacità di organizzazione e promozione di eventi formativi in linea con le esigenze specifiche del centro.

Infine, è stato valutato positivamente anche l'approccio internazionale delle aziende, per analizzare e operare soluzioni più efficaci grazie all'individuazione di trend validi non solo nel panorama locale e nazionale, ma anche in Europa e nel resto del mondo.

Dalla ricerca effettuata sono risultate conformi alle caratteristiche richieste, le seguenti società:

### Federica Web Learning

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
[federica.eu](http://federica.eu)

Azienda	Partita IVA
<b>KOTUKO S.R.L.</b> Via Trentacoste, 9, 20134 Milano <a href="mailto:kotuko@pec.it">kotuko@pec.it</a> <a href="https://www.kotuko.it/">https://www.kotuko.it/</a>	11442140965
<b>MUG AGENCY S.R.L.</b> Via Nomentana, 899 - 00137 Roma <a href="mailto:info@mugagency.com">info@mugagency.com</a> <a href="https://www.mugagency.com/">https://www.mugagency.com/</a>	14035251009
<b>Del Monte &amp; Partner Comunicazione s.r.l.</b> Piazza Cavour 3, 20121 Milano <a href="https://www.dmep.it">https://www.dmep.it</a> <a href="mailto:itolomei@dmep.it">itolomei@dmep.it</a>	13221410155
<b>ICORPORATE S.R.L.</b> Via Caradosso, 7, 20123 Milano (MI) <a href="mailto:icorporate@legalmail.it">icorporate@legalmail.it</a> <a href="https://icorporate.it/">https://icorporate.it/</a>	08156060967
<b>Fuse s.r.l.</b> Via Nuova 9, Campogalliano, Modena <a href="mailto:info@fusefactory.it">info@fusefactory.it</a> <a href="https://www.fusefactory.it/">https://www.fusefactory.it/</a>	03338530367

- **KOTUKO SRL - P.IVA 11442140965**

Kotuko è una web agency e software house che accompagna le aziende nel processo di evoluzione e sviluppo digitale offrendo soluzioni innovative grazie al suo team di esperti in digital marketing, web design e informatica. La mission di Kotuko è ideare e realizzare soluzioni digitali portando valore e innovazione attraverso un approccio analitico, strategico e multidisciplinare.

L'azienda è stata selezionata per l'affinità con gli obiettivi di comunicazione di Federica Web Learning. Infatti, la loro offerta riguarda la brand identity, lo sviluppo e miglioramenti della SEO e SEA, il direct email marketing e molti altri servizi di digital marketing.

- **MUG AGENCY SRL - P.IVA 14035251009**

Mug Agency S.r.l. è un'agenzia di comunicazione, marketing e sviluppo che offrono diversi servizi, dalla brand identity al web marketing, dalla comunicazione offline al digital design e anche formazione. L'attività di formazione che sviluppa l'agenzia, fa sì che questa è riesca a comprendere le esigenze del centro ed è capace di creare strategie di comunicazione per diverse fasce di utenti.

L'azienda è stata selezionata per la sua capacità di destreggiarsi all'interno delle ricerca di mercato e di analisi degli scenari, di offrire servizi di digital marketing a 360 gradi e la sua capacità di comprendere la moltitudine di target a cui Federica Web Learning si rivolge.

▪ **DELMONTE – DMEP - P.IVA 13221410155**

Leader nel settore dell'Inbound Marketing, la Delmonte affianca le aziende nella creazione di progetti di comunicazione e marketing di ampio respiro, seguendo l'evoluzione del mercato e della tecnologia. L'azienda affianca i Clienti nella creazione e nell'implementazione di piani di sales & marketing data-driven, che permettano di acquisire nuovi utenti e costruire con gli stessi relazioni solide e di valore.

L'azienda offre servizi di marketing e comunicazione online ad ampio spettro, come la lead generation, l'inbound marketing, smarketing (l'allineamento tra il dipartimento marketing e quello delle vendite), strategia SEO e altri servizi di comunicazione digitale online volti ad accrescere la riconoscibilità del brand.

▪ **ICORPORATE S.R.L. - P.IVA 08156060967**

Icorporate srl è una società di consulenza specializzata nella comunicazione corporate e che vede come elementi fondamentali per una comunicazione efficace l'analisi dei dati, la visione strategica, e la creazione e gestione di contenuti di qualità. Offrono servizi integrati tra PR tradizionali e digital marketing, ovvero web monitoring e reputation analysis, public relation, content management, social media marketing, web designer, SEO, SEM e SEA e molto altro.

Le ragioni dell'invito si basano sulla esperienza vantata dall'azienda e il servizio integrato tra off e online, con un'attenzione rivolta alla reputation e strutturazione di una strategia ad hoc per migliorarla sempre più.

▪ **FUSE SRL - P.IVA 03338530367**

La FUSE FACTORY è uno studio multidisciplinare con un team di designer, software developer, creative coder, ricercatori, storyteller, producer e molto altro, che lavorano in sinergia per creare nuovi linguaggi e nuove forme di espressione in grado di dare vita a progetti innovativi nel campo dell'arte, del design e della comunicazione basata sui nuovi media. La Fuse srl è un'azienda in grado di raccontare storie attraverso la creazione di esperienze memorabili, profonde e capaci di avere un impatto positivo sulla vita delle persone. Realizzare progetti in grado di semplificare la complessità, concretizzare ciò che non ha ancora forma, rendere accessibile ciò che è complesso, trovare l'unicità nell'ordinario.

L'azienda è stata selezionata per la sua capacità di comunicare in modo creativo e creare strategie uniche. Questo tipo di esperienza potrebbe portare Federica Web Learning ad avere una nuova impronta comunicativa unica sul mercato.

### Requisiti richiesti

Per la partecipazione alla gara in modalità telematica è necessario che il concorrente sia preventivamente iscritto alla Categoria MEPA "Servizi di marketing, comunicazione, pubblicità, social media, ricerche di mercato".

E' fatto divieto ai concorrenti di partecipare alla gara in forma individuale e contemporaneamente in forma

8

#### **Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
**federica.eu**

associata (RTI, Consorzi, Aggregazioni) ovvero di partecipare in più di un RTI/Consorzio/Aggregazioni, pena l'esclusione dalla gara dell'Impresa medesima e dei R.T.I./Consorzi/Aggregazione ai quali l'Impresa partecipa.

Saranno esclusi dalla gara i concorrenti per i quali si accerti che le relative offerte sono imputabili ad un unico centro decisionale, sulla base di univoci elementi.

### - Requisiti di partecipazione

I requisiti di partecipazione alla gara sono i seguenti:

#### **Requisiti di ordine generale** (art. 80 del D.Lgs.n. 50/2016)

Possono partecipare alla gara esclusivamente i soggetti per i quali non sussistano le cause di esclusione:

- di cui all'art. 80 D.Lgs. 50/2016;
- di cui al Decreto legislativo 6 settembre 2011, n.159;
- di cui al Codice delle leggi antimafia e delle misure di prevenzione, nonché nuove disposizioni in materia di documentazione antimafia, a norma degli articoli 1 e 2 della legge 13 agosto 2010, n. 136 (G.U. 28 settembre 2011, n. 226), art.. 67;
- di cui all'art. 53, comma 16-ter, del D.Lgs. 165/2001 o che siano incorsi, ai sensi della normativa vigente, in ulteriori divieti a contrattare con la Pubblica Amministrazione;
- di cui al decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165 Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche (G.U. 9 maggio 2001, n. 106), art. 53, comma 16 ter.

Non sono ammessi gli operatori economici per i quali sussistano:

- le cause di divieto, decadenza o di sospensione previste dall'art. 67 del D.Lgs. 6 settembre 2011, n. 159 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'art. 84, comma 4, del medesimo decreto;
- le condizioni di cui all'art. 53, comma 16-ter del D.Lgs. 30 marzo 2001, n. 165 o che siano incorsi, ai sensi della normativa vigente, in ulteriori divieti a contrattare con la pubblica amministrazione;
- le cause interdittive di cui all'art. 35 del D.L. 90/2014 convertito in L. 114/2014.

#### **Requisiti di idoneità professionale** di cui all'art. 83, co. 1, lett. a)

- iscrizione nel Registro della Camera di Commercio, Industria, Artigianato ed Agricoltura della Provincia in cui l'impresa ha sede, con oggetto sociale inerente la tipologia dell'appalto (art. 83, co. 3 del Codice).

#### **Capacità economica e finanziaria** di cui all'art. 83, co1, lett. b)

- fatturato minimo annuo nel triennio 2019-2020-2021, pari almeno ad Euro 420.000,00, IVA esclusa

### **Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
[federica.eu](http://federica.eu)

ovvero pari al doppio del valore stimato dell'appalto;

La richiesta della sussistenza del requisito di cui all'art. 83, co. 1 lett. b) trova motivazione in relazione alla specificità delle prestazioni oggetto della presente procedura di gara. In particolare, assume fondamentale importanza la possibilità di selezionare profili aziendali dotati di capacità economico-finanziaria proporzionata al valore complessivo posto a base di gara tale da garantirne la capacità produttiva ed, in particolare, una produzione tempestiva e puntuale. Inoltre, al fine di incentivare la partecipazione delle piccole e medie imprese di settore potenzialmente interessate alla gara, questa stazione appaltante non ha ritenuto di determinare il possesso di percentuali minime di fatturato specifico, nel settore oggetto dell'appalto, da parte degli operatori economici.

**La sussistenza del requisito di cui all'art. 83, co. 1, lett. b) può essere provata con i mezzi di prova di cui all'Allegato XVII, rispettivamente Parte I e Parte II, del D.Lgs. n. 50/2016.**

**Inoltre, ai sensi dell'art. 81 del D.Lgs n. 50/2016, la verifica del possesso dei requisiti di carattere generale, tecnico organizzativo ed economico-finanziario avviene, attraverso l'utilizzo del sistema AVCPASS, reso disponibile dall'ANAC. Pertanto, tutti i soggetti interessati a partecipare alla procedura di gara in oggetto devono obbligatoriamente registrarsi al sistema accedendo all'apposito link sul Portale ANAC (Servizi ad accesso riservato - AVCPASS) secondo le istruzioni ivi contenute ed acquisire il PASSOE relativo alla presente procedura di gara, da inserire nella busta contenente la documentazione amministrativa.**

**Si ricorda che in caso di mancata registrazione questa Amministrazione non potrà procedere al controllo e alla verifica dei requisiti di partecipazione e, pertanto, non potrà procedere all'affidamento dell'appalto.**

**Il mancato possesso, anche di uno solo dei requisiti, così come richiesti determina l'esclusione del partecipante dalla procedura.**

#### **Modalità di pagamento: Fatturazione Elettronica**

Il pagamento è subordinato al rispetto di tutte le condizioni contrattuali e al positivo riscontro da parte del Centro che le prestazioni siano state rese secondo gli standard qualitativi e quantitativi contrattualmente richiesti. Sarà effettuato nelle modalità ulteriormente specificate nel contratto che andrà sottoscritto dalle parti.

Modalità di pagamento: Fatturazione Elettronica

In materia di fatturazione e pagamenti trova applicazione la disciplina di cui al Decreto Ministeriale n. 55 del 3 aprile 2013, entrato in vigore il 6 giugno 2013, che ha fissato la decorrenza degli obblighi di utilizzo della fatturazione elettronica nei rapporti economici con la Pubblica Amministrazione ai sensi della Legge 244/2007, art.1, commi da 209 a 214.

Pertanto, alla luce di tali disposizioni la Società aggiudicataria:

- a) dovrà indirizzare la fattura elettronica al Codice Univoco Ufficio Identificativo, intestando la stessa al Centro Federica Weblearning – Centro di Ateneo per l’Innovazione, la Sperimentazione e la Diffusione della Didattica Multimediale dell’Università degli Studi di Napoli Federico II - partita IVA 00876220633 - e riportando nella stessa:
- Nr. Riferimento Buono d’Ordine
  - Progetto “Federica Weblearning. La Fabbrica digitale” - POR FESR 2014-2020 Asse 2 Obiettivo Specifico 2.3 Azione 2.3.1.
  - CUP
  - CIG
- b) potrà emettere la fattura elettronica, solo dopo aver ricevuto comunicazione del positivo accertamento della regolare esecuzione delle prestazioni da parte del Responsabile del Procedimento. A tal fine la società dovrà trasmettere al Centro Relazione sullo Stato delle Attività previste dal Capitolato Tecnico e dal piano operativo. Al fine di accelerare il predetto accertamento, la società potrà emettere un pro forma di fattura; la fattura elettronica sarà rifiutata da parte dell’Ateneo qualora sia stata emessa dalla Società in assenza della preventiva comunicazione di cui sopra;
- c) il termine di pagamento è pari a 30 giorni, decorrenti dalla data di ricevimento della fattura da parte del sopraindicato Ufficio destinatario di fattura.
- d) I pagamenti saranno effettuati esclusivamente mediante accredito in conto corrente bancario o postale, ovvero con altri strumenti di pagamento idonei a consentire la piena tracciabilità delle operazioni. La ditta intestataria di tali conti dovrà comunicare, con spese a suo carico, gli estremi identificativi di questi ultimi all’Università, nel rispetto di quanto previsto all’art. 3 della Legge n. 136/2010 e succ. mod., esonerando espressamente l’Amministrazione da qualsiasi responsabilità per i pagamenti eseguiti con la predetta modalità.

## Penali

Le penali saranno applicate mediante corrispondente decurtazione dal primo pagamento utile.

Il Centro, in caso di applicazione delle penali, si riserva comunque la facoltà di chiedere all'impresa il risarcimento del danno ulteriore.

Per ogni giorno di ritardo sull'esecuzione delle attività sarà applicata una penale dello 0,1% dell'importo complessivo di aggiudicazione (esclusa IVA). L'applicazione della penale è preceduta dalla contestazione da parte del RUP. In ogni caso l'ammontare complessivo delle penali non potrà superare il 10% dell'ammontare complessivo del contratto.

- Documenti allegati alla presente relazione istruttoria:
  - *Disciplinare Amministrativo;*
  - *Capitolato Tecnico;*

Si precisa che non sono ammesse offerte per parti del servizio né varianti (se non migliorative) al Disciplinare tecnico-amministrativo della procedura.

## **Conclusioni**

Con riferimento alla procedura per l'acquisizione del servizio in questione, si chiede di condividere le proposte formulate in merito alla tipologia di procedura, adottando la conseguente determina a contrarre.

Napoli, 22/07/2022

Il Responsabile del Procedimento  
**F.to dott.ssa Ilaria Merciai**

### **Federica Web Learning**

Centro Congressi Università Federico II  
Via Partenope, 36 - 80121 Napoli  
C.F. 00876220633  
Tel. 081 2535 748 - 081 2535 755 - 081 2535 756  
info@federica.eu - federicaweblearning@pec.unina.it  
**federica.eu**