



Università
per Stranieri
di Perugia

IL DIRETTORE GENERALE

- Visto il Decreto legislativo 31 marzo 2023, n. 36 “Codice dei contratti pubblici”;
- Visto l’art. 50 “Procedure di affidamento” del citato Decreto legislativo ed in particolare il comma 1 lett. b) che prevede la possibilità di affidamento diretto dei servizi e forniture, ivi compresi i servizi di ingegneria e architettura e l’attività di progettazione, di importo inferiore a 140.000 euro, anche senza consultazione di più operatori economici, assicurando che siano scelti soggetti in possesso di documentate esperienze pregresse idonee all’esecuzione delle prestazioni contrattuali, anche individuati tra gli iscritti in elenchi o albi istituiti dalla stazione appaltante;
- Visto l’art. 17, comma 2 del Codice, ai sensi del quale in caso di affidamento diretto la decisione a contrarre individua l’oggetto, l’importo e il contraente, unitamente alle ragioni della sua scelta, ai requisiti di carattere generale e, se necessari, a quelli inerenti alla capacità economico-finanziaria e tecnico-professionale;
- Visto l’art. 49 (Principio di rotazione) del Codice, ai sensi del quale è vietato l’affidamento o l’aggiudicazione di un appalto al contraente uscente nei casi in cui due consecutivi affidamenti abbiano a oggetto una commessa rientrante nello stesso settore merceologico, oppure nella stessa categoria di opere, oppure nello stesso settore di servizi;
- Visto l’art. 29 (Regole applicabili alle comunicazioni) del Codice, che sancisce l’obbligo per le stazioni appaltanti di gestire tutte le comunicazioni e gli scambi di informazioni in conformità con quanto disposto dal codice dell’Amministrazione digitale di cui al decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, ovvero mediante le piattaforme dell’ecosistema nazionale di cui all’articolo 22 del codice stesso ovvero mediante l’utilizzo del domicilio digitale;
- Visto lo Statuto di Ateneo, emanato con DR n. 80 del 13 aprile 2012, nel testo vigente;
- Visto il Regolamento di Amministrazione e Contabilità dell’Università per Stranieri di Perugia, emanato con D.R. n. 257 del 21 novembre 2012, in particolare l’articolo 6 “Progetti e attività”;
- Visto il Bilancio Unico di Previsione Triennale 2023-2025 approvato dal Consiglio di Amministrazione nella seduta del 22.12.2022 con deliberazione n. 201;
- Visto il Codice Etico dell’Università per Stranieri di Perugia, emanato con DR n. 212 del 26 luglio 2011;
- Visto il Piano Strategico per il triennio 2022/2024 dell’Università per Stranieri di Perugia ed in particolare l’obiettivo O1 (Costruzione di un’azione di comunicazione efficace e coerente mirata al rilancio dell’immagine dell’Ateneo- Realizzazione Campagna pubblicitaria professionale);
- Considerato che l’Università per Stranieri di Perugia ha identificato quale propria primaria esigenza l’incremento del numero degli studenti dei corsi di laurea e laurea magistrale e a questo fine ha già in atto una serie di iniziative a ciò finalizzate che prevedono un mix di strumenti quali: azioni di orientamento nelle scuole del territorio regionale ed extra regionale, contributi per alloggi a studenti fuori sede, ampliamento della gamma dei servizi offerti agli studenti, incremento del numero delle borse di studio, contributi economici per singoli studenti connessi al merito accademico;
- Considerato che tali iniziative necessitano di una adeguata strategia di comunicazione in grado di esaltarne l’efficacia, mettere a sistema le varie componenti, ottimizzare il ritorno degli investimenti già compiuti in termini di maggior numero di iscritti e,



Università per Stranieri di Perugia

al contempo, migliorare la brand identity dell'Ateneo per poter esprimere in modo adeguato l'identità e i valori dell'Università per Stranieri di Perugia;

Considerato che l'Ateneo non esclude, nell'ambito di una rinnovata brand strategy e a seguito di una approfondita analisi di posizionamento, di adottare un concept brand distintivo per i propri corsi di laurea, distinto da quello dei corsi di lingua tradizionali;

Considerato che una presenza professionale e strutturata sui principali social media (Facebook, Twitter, Instagram) rappresenta uno strumento imprescindibile per poter raggiungere in modo tempestivo ed efficace il pubblico dei clienti/utenti sia attuali che potenziali dell'Ateneo e pertanto è necessario un potenziamento di questa dimensione comunicativa sia con interventi diretti sulle singole piattaforme, sia mediante elaborazione di una strategia social sui diversi canali;

Considerato che la specificità propria dell'Università per Stranieri di Perugia che vede nella peculiarità della propria offerta formativa, composta per un verso da corsi di laurea di primo e secondo livello, per altro verso corsi di lingua italiana per studenti internazionali, una caratteristica distintiva che richiede, oramai in modo ineludibile, l'elaborazione di un posizionamento strategico all'interno del mercato dell'higher education in grado di valorizzare e bene identificare i "prodotti offerti" ed in generale proporre l'Ateneo come un'istituzione accademica di eccellenza sia per lo studio della lingua italiana, sia per i corsi laurea tradizionali;

Considerato, inoltre, che la reputazione dell'Ateneo è stata in parte oggetto di pregiudizio, a seguito di una campagna giornalistica talora aggressiva, a prescindere dall'effettiva veridicità, afferente vicende giudiziarie che lo hanno visto protagonista e che forse hanno compromesso la credibilità nei confronti dei suoi stakeholder ed è pertanto necessario avvalersi di un servizio stampa che, in sinergia con servizio stampa interno sia in grado, operando ad un livello nazionale ed internazionale, di veicolare messaggi positivi, promuovere gli eventi organizzati dall'Ateneo, diffondere notizie e informazioni rilevanti, migliorare la percezione dell'istituzione tra i potenziali studenti, gli stakeholder accademici e i partner pubblici e privati;

Accertato che è necessario procedere con la massima urgenza all'affidamento del servizio con le caratteristiche sopra evidenziate allo scopo di aumentare l'attrattività dell'Ateneo nei mesi di luglio, agosto e settembre 2023 periodo in cui, tipicamente, i futuri studenti universitari assieme alle loro famiglie compiono la scelta dell'Università in cui iscriversi;

Considerato che la procedura di affidamento diretto è quella che maggiormente garantisce il rispetto del principio di tempestività, consistente nell'esigenza di non dilatare i tempi del procedimento di selezione del contraente;

Verificata pertanto la legittimità del ricorso alla procedura di affidamento diretto;

Accertato che l'operatore economico Aeffe s.r.l., presente nel Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione presenta le caratteristiche professionali ed esperienziali in grado di fornire un servizio qualificato lungo i seguenti assi: sviluppo della brand identity, servizi di social media management, elaborazione del corretto posizionamento strategico, supporto all'ufficio stampa;

Ritenuto che i sopra citati servizi sono tutti riconducibili a migliorare la visibilità e l'attrattività dell'Università per Stranieri di Perugia a livello nazionale e internazionale;

Considerato che viene rispettato il principio di rotazione, giacché il sopracitato operatore economico non risulta essere stato affidatario/invitato rispetto ad un



incarico immediatamente precedente rientrante nella medesima categoria merceologica;

Visto il Capitolato speciale di appalto che, allegato al presente documento, ne costituisce parte integrante;

Considerato che il costo presunto per la fornitura del servizio è pari a euro 139.900,00 oltre Iva per euro 30.778,00 per un totale di 170.678,00 (IVA inclusa);

Accertato che il CIG della presente procedura è: 9962288421;

Dato atto che è stata verificata la regolarità contributiva dell'operatore economico AEFPE s.r.l. con sede in Strada Eugubina, n.157/l - 06125 PERUGIA - P.I. 03708370543 tramite piattaforma dedicata (Durc on line) - numero INAIL_39683003 numero di protocollo in corso di validità;

Verificato che il costo trova copertura nell'ambito del progetto dal titolo "Rafforzamento della vocazione internazionale dell'Università per Stranieri di Perugia" (progetto contabile "INTERNAZIONALIZZAZIONE.FCRPG.2022.2024");

DECRETA

1. di autorizzare per le ragioni esposte in premessa un affidamento diretto, tramite Trattativa Diretta sulla piattaforma MePA, della durata di 12 mesi, all'operatore economico Aeffe s.r.l. con sede a Perugia in strada Eugubina 157/l, P.I. 03708370543 per il servizio (CIG 9962288421) di comunicazione, social media management, analisi di mercato, cura e sviluppo del brand volto a migliorare la visibilità e l'attrattiva dell'Università per Stranieri di Perugia a livello nazionale e internazionale, consistente nelle seguenti macro attività:

- sviluppo della brand identity di Ateneo;
- servizi di social media management;
- elaborazione del corretto posizionamento strategico;
- supporto all'ufficio stampa interno;

2. il costo del suddetto affidamento pari ad euro 139.900,00 oltre Iva per euro 30.778,00 per un totale di euro 170.678,00 trova integrale copertura alla voce COAN A.C. 02.06.02 "Pubblicità" del Bilancio unico di previsione 2023/25, nell'ambito del progetto dal titolo "Rafforzamento della vocazione internazionale dell'Università per Stranieri di Perugia" progetto contabile "INTERNAZIONALIZZAZIONE.FCRPG.2022.2024";

3. sulla base del concordato piano dei pagamenti e del principio di competenza economica il costo è così ripartito:

Anno 2023	Anno 2024	Totale
53.655,60 (Iva compresa)	117.022,40(Iva compresa)	170.678,00 (Iva compresa)

4. di dare atto che la liquidazione della fattura avverrà previo esito positivo della verifica della regolarità della prestazione del servizio da parte del Direttore Generale dell'Università per Stranieri di Perugia ed a seguito dell'esito positivo degli accertamenti disposti in capo al fornitore in materia di pagamenti da parte delle PP.AA.



Università
per Stranieri
di Perugia

5. di pubblicare il contenuto e gli estremi del presente provvedimento sul sito istituzionale dell'Università per Stranieri di Perugia nella Sezione "Amministrazione Trasparente - Provvedimenti e Determine a contrarre" rispettivamente ai sensi degli artt. 23 e 37 del D. Lgs. 14.03.2013 n. 33;

6. di pubblicare altresì i dati richiesti ai fini dell'adempimento di cui all'art. 1 comma 32, della L. 190/2012 nella Sezione "Amministrazione Trasparente" del sito istituzionale dell'Università.

II DIRETTORE
GENERALE
Dott. Giuliano De
Stefani

Documento informatico firmato digitalmente ai sensi del D. Lgs. 82/2005 s.m.i. e norme collegate, il quale sostituisce il documento cartaceo e la firma autografa