COMUNE DI TAORMINA

Città Metropolitana di Messina

AREA ECONOMICO FINANZIARIA

Determinazione Dirigenziale n. 70 del 08/06/2020

Repertorio Generale n. **706 del 08/06/2020**

Oggetto: DETERMINA A CONTRARRE PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI WEB MARKETING E COMMERCIALIZZAZIONE SOCIAL PER LA CITTÀ DI TAORMINA - IMPEGNO DELLA SPESA. CIG: ZDB2D38A6F.

copia informatica per consultazione

COMUNE DI TAORMINA

Città Metropolitana di Messina

AREA ECONOMICO FINANZIARIA

Determinazione Dirigenziale n. 70 del 08/06/2020

Oggetto: DETERMINA A CONTRARRE PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI WEB MARKETING E COMMERCIALIZZAZIONE SOCIAL PER LA CITTÀ DI TAORMINA - IMPEGNO DELLA SPESA. CIG: ZDB2D38A6F.

IL RESPONSABILE DI AREA

PREMESSO:

- che con Determinazione Sindacale nr. 8 del 28.4.2020 ad oggetto “Misure per la ripresa delle attività turistiche nella città di Taormina” i Sindaco, ha costituito un “Tavolo Tecnico” formato da esperti multidisciplinari per la elaborazione di un piano di comunicazione a sostegno del prodotto “Taormina”;

- che con Deliberazione di Giunta Municipale n. 120 del 14/05/2020 avente per oggetto “Assegnazione somme per le misure di ripresa delle attività turistiche nella città di Taormina, l’Amministrazione comunale ha assegnato la risorsa finanziaria di € 25.000,00 al Responsabile dell’Area Economico Finanziaria, demandando allo stesso, tutti gli adempimenti consequenziali;

Considerato che:

- a seguito della situazione scaturita dalla emergenza sanitaria COVID-19 che ha causato la più grave crisi economica degli ultimi 70 anni, paralizzando la domanda turistica e quindi, conseguentemente, anche il teritorio di Taormina. La graduale riapertura dei confini regionali, nazionali, europei e internazionali determinerà una lenta ripresa dei flussi turistici della quale al momento, non è possibile prevedere gli sviluppi; E’ altrettanto vero tuttavia, che mai come in questo momento il periodo di chiusura forzata possa trasformarsi in una preziosa opportunità di cambiamento e di rilancio per Taormina. Una particolare condizione storica che potrebbe in altre parole rappresentare la leva per un riposizionamento forte del “brand” Taormina sul mercato del lusso in un momento in cui il distanziamento sociale, l’offerta di un prodotto di eccellenza in un contesto di straordinaria bellezza e fascino, la predisposizione di misure di tutela della salute di residenti e visitatori, la valorizzazione degli spazi esterni e del decoro

copia informatica per consultazione

pubblico, la forte presenza di alberghi con grandi giardini e terrazzi, la revisione del sistema del trasporto urbano e la scelta di passare gradualmente ad un turismo di qualità, possono essere volano per diventare nuovamente destinazione turistica internazionale.

- un'occasione da non perdere per migliorare la reputazione della città a livello internazionale e incoraggiando la clientela alto splendente a sceglierla come destinazione per le proprie vacanze. In un mercato dove milioni di persone, fanno la stessa cosa e afferiscono allo stesso segmento di mercato, che è in un momento di grave variabilità distorsiva, mai vista prima, lo sforzo è necessariamente notevolee il "ritorno di investimento" difficile da garantire. Una crisi senza precedenti la cui conclusione non è ancora prevedibile e di cui non esiste uno storico a cui fare riferimento, che richiede misure nuove, misure innovative, nuove modalitò di comunicazione.

Il primo passo da compiere in questo momento storico è senza dubbio la "Comunicazione" attraverso la creazione di una grossa campagna di comunicazione del "brand" Taormina che parta da contenuti chiari e condivisi che si focalizzino su unicità della destinazione:

1. Taormina e il suo mito;
2. Il fascino della sua incredibile storia;
3. Scorci e atmosfere decantate dai più grandi poeti e narratori;
4. Il viaggio legato al sogno di una Taormina icona del glamour e della bellezza;
5. Il prestigio dei suoi alberghi;
6. Luoghi storici dal fascino un po' decadente di un tempo che fu;
7. la cultura nata dall'incontro delle grandi civiltà che l'hanno abitata;
8. La gastronomia;
9. Gli eventi internazionali culturali, cinematografici, artistici e musicali legati alla storia della città.

Dovrà essere una campagna evocativa, fatta di contenuti emozionali e sensoriali e che risponda alle nuove esigenze dei futuriu viaggiatori; una comunicazione che conduca a un graduale ma netto cambio di direzione rivolta ai viaggiatori, che punti alla qualità rivolta al ri-posizionamento del brand che è scaduto, tra le destinazioni del turismo massificato, fenomeno noto come overtourism.

Conditio sine qua non per la realizzazione e l'implementazione del progetto sarà la fornitura, costante e continua, di materiale fotografico, informativo e video, meglio se inedito, sulla base delle tematiche e dei formati richiesti dai media utilizzati, senza la quale il progetto subirà inevitabilmente una battuta di arresto.

VISTO il Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 "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", di seguito denominato D.lgs 50/2016.
DATO ATTO che:

- per effetto del suddetto decreto sono stati abrogati il D.lgs. 163/06 e gli articoli dal 271 al 338 del decreto del Presidente della Repubblica 5 ottobre 2010, n. 207, che

copia informatica per consultazione

riguardano le acquisizioni di forniture e servizi e le acquisizioni in economia;

- in virtù della suddetta norma tutti i comuni possono procedere autonomamente per gli acquisti di beni, servizi e lavori di valore inferiore a 40.000 euro.

CONSIDERATO, pertanto, che questo Ente può procedere autonomamente agli acquisti di beni, servizi e lavori inferiori a 40.000 euro senza dover ricorrere alle forme di aggregazione previste dall'art. 33, comma 3-bis del D. lgs. N. 163/2006.

VISTO l'art. 36 del D.lgs. 50/2016 in ordine alle modalità di affidamento dei contratti sotto soglia e precisamente il comma 1 che stabilisce che l'affidamento e l'esecuzione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria avvengano nel rispetto dei principi di cui all'art. 30, comma 1, del D.lgs. 50/2016 che fa riferimento ai principi di economicità, efficacia, tempestività e correttezza. Inoltre viene operato un rimando anche ai principi di libera concorrenza, non discriminazione, trasparenza, proporzionalità e pubblicità.

LETTO altresì il comma 2 dell'art. 36 che nel disciplinare le modalità di affidamento delle forniture di beni, servizi e lavori di importo inferiore alle soglie comunitarie stabilite dall'art. 35, prevede, nell'ipotesi di affidamenti di importo inferiore a euro 40.000 che possono avvenire mediante affidamento diretto, adeguatamente motivato, o, per i lavori, in amministrazione diretta, fermo restando la possibilità di ricorrere alle procedure ordinarie.

STABILITO di procedere, mediante affidamento diretto e non attraverso le procedure ordinarie delle quali, ai sensi del citato articolo 36, comma 2, lett. a) del D. lgs. 50/2016 poiché la scelta della procedura mediante affidamento diretto, che si attiva col presente provvedimento, garantisce adeguata apertura del mercato e l'individuazione dell'operatore economico in modo da non ledere, bensì attuare, i principi enunciati dall'art. 30 del D.lgs. 50/2016.

VISTO che la motivazione per procedere all'affidamento diretto è la seguente:

- il principio dell'efficacia viene rispettato, perché l'affidamento non è assegnato in ragione della convenienza del prestatore, ma per rispondere alle esigenze tecniche del Comune;
- il principio della tempestività viene assicurato perché l'acquisizione della prestazione avviene nei termini previsti per mettere in esercizio il servizio necessario, ai fini dell'efficace erogazione dei servizi;
- il principio della trasparenza viene garantito sia dal rispetto degli specifici obblighi di pubblicità posti dall'art. 36 del D.lgs. 33/2013 nonché dall'art. 29 del D.lgs. 50/2016.

VISTO che a seguito di ricerca di mercato effettuata a mezzo i canali informatici, si è individuato la dott.ssa Barbara Pardini - BP Consulting Hotels Sales and Marketing, con sede in Valdicastello via Tre Fontane 25 Pietrasanta - P.I. 02362740462, quale soggetto adatto a perseguire lo scopo dell'Ente, e pertanto a seguito di richiesta di preventivo di spesa ha fatto pervenire nota del 1.6.2020 acquista al prot. Gen. dell'Ente al nr. 12562 del 3.6.2020 che prevede una spesa di € 750,00 oltre iva al mese per la durata di mesi 3 per complessivi 2.250,00 oltre iva 22%. Competono altresì le eventuali ulteriori spese di trasferimento e l'acquisto spazi sui social, che saranno liquidate a rendiconto con ulteriore atto.

ATTESO che, ai sensi dell'art. 192, comma 1, del D.lgs. 267/2000, gli elementi e i criteri relativi all'acquisizione dei servizi sono:

-lett. a)– fine da perseguire: il rilancio del turismo attraverso un brand turistico;

-lett.b) – oggetto del contratto: servizio di web marketing e commercializzazione social per la città di Taormina.

CONSIDERATO che per le finalità di cui all'oggetto, l'Ente intende avvalersi di un soggetto specialistico nel settore del web marketing e commercializzazione social per la città di Taormina, per una complessiva spesa di euro 2.745,00 comprensivo di Iva, per la durata massima di mesi 3 con decorrenza dalla data di comunicazione di affidamento dell'incarico che risulta affidato come di seguito specificato:

- € 2.250,00 al netto di Iva, da versare dietro presentazione di fattura dalla Ditta

copia informatica per consultazione

BPSALESANDMARKETING, con sede in Valdicastello Carducci Casalnuovo - P.I. 02362740462;
- € 495,00 Iva da versare con lo split payment;

VISTI:

- il D. lvo 18 agosto 2000 n. 67 s.m.i.;
- il Bilancio di previsione in corso di formazione;
- lo Statuto dell'Ente;
- il CIG: ZDB2D38A6F

DETERMINA

Per i motivi in premessa specificati qui riportati:

1. **Di stabilire che**, ai sensi dell'art. 192 del D.lgs. 18 agosto 2000, n. 267, il fine che si intende perseguire è quello dell'affidamento del servizio di web marketing e commercializzazione social per la città di Taormina.
2. **Di procedere** all'affidamento diretto del servizio alla dott.ssa Barbara Pardini - BP Consulting Hotels Sales and Marketing, con sede in Valdicastello via Tre Fontane 25 Pietrasanta - P.I. 02362740462, che prevede l'importo complessivo di euro 2.745,00 di cui:
   - € 2.250,00 al netto di Iva, da versare dietro presentazione di fattura;
   - € 495,00 per Iva da versare con lo split payment;
3. **Di dare** atto che la somma di € 2.745,00 rappresenta una quota parte delle somme assegnate con la Deliberazione di G.M. n. 120 del 14/05/2020, alla missione 7 programma 701 macroaggregato 1.3 del Bilancio dell'Ente, e prenotata Pren. con l'impegno **797/2020.**
4. **Di dare atto** che il presente provvedimento è compatibile con gli stanziamenti di bilancio, come sopra indicati e con le regole di finanza pubblica.
5. **Di accertare** ai fini del controllo preventivo di regolarità amministrativa e contabile, di cui all'art. 147 bis, comma 1, del D. Lgs. 267/2000 la regolarità tecnica, la legittimità e la correttezza dell'azione amministrativa, il cui parere favorevole è reso unitamente alla sottoscrizione del presente provvedimento da parte del Responsabile di Area.
6. **Di dare atto**, ai sensi dell'art. 29 del D.lgs. 50/2016, che: a) tutti gli atti relativi alla procedura in oggetto saranno pubblicati e aggiornati sul profilo del committente, nella sezione "Amministrazione trasparente", con l'applicazione delle disposizioni di cui al decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33.
7. **Di nominare** responsabile del procedimento per l'esecuzione del presente procedimento il Sig. Leo Mangano, Responsabile del I Servizio dell'Area Economico Finanziaria.

Sottoscritta dal Responsabile di Area

(CURCURUTO ROSARIO)
con firma digitale

copia informatica per consultazione

COMUNE DI TAORMINA

Città Metropolitana di Messina

Determina N. 70 del 08/06/2020

Funzione.1 AREA ECONOMICO FINANZIARIA

Oggetto: DETERMINA A CONTRARRE PER L'AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI WEB MARKETING E COMMERCIALIZZAZIONE SOCIAL PER LA CITTÀ DI TAORMINA - IMPEGNO DELLA SPESA. CIG: ZDB2D38A6F .

IL RESPONSABILE DELL'AREA FINANZIARIA

In relazione al disposto dell'art. 183, comma 7 del D.Lgs. 18/08/2000, n. 267,

APPONE

Il visto di Regolarità Contabile e

ATTESTA

che la complessiva spesa di € 2.745,00 trova la relativa copertura come da prospetto che segue:

Codice Bilancio	Importo	Impegno	Data Impegno	Esercizio di imputazione
7 701 1.3	**2.745,00**	**792/2020**	**08/06/2020**	**2020**

Taormina , 08/06/2020

Sottoscritto dal Responsabile
Area Economico Finanziaria
(CURCURUTO ROSARIO)
con firma digitale

copia informatica per consultazione

copia informatica per consultazione