



Prot. 152
Det. n. 24

ISTITUTO ITALIANO DI CULTURA DI BARCELLONA

DETERMINA A CONTRARRE

Oggetto: CIG: ZC0220E6FF. Servizio di pubblicità in video per i corsi di lingua italiana presso la rete della metropolitana di Barcellona.

IL DIRETTORE

Visto il decreto del Presidente della Repubblica 5 gennaio 1967, n.18, "Ordinamento dell'amministrazione degli affari esteri";

Vista la legge 7 agosto 1990, n. 241, "Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi";

Premesso che non sono reperibili presso questo Ufficio figure professionali in possesso dei requisiti sanciti dall'art 31 del D. lgs. 50/2016 e che quindi il responsabile coincide con il direttore dell'Ufficio medesimo;

Visto il decreto del Ministro degli affari esteri 27 aprile 1995, n. 392, "Regolamento recante norme sull'organizzazione, il funzionamento e la gestione finanziaria ed economico-patrimoniale degli istituti italiani di cultura all'estero" e successiva modifica del D.M. 211 del 3 dicembre 2015;

Visto il D.lgs. 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 e, in particolare, gli articoli 31,32 e 36 e ss.mm. del D. lgs 56/2017;

Visto il decreto del Ministro degli affari esteri e della cooperazione internazionale 2 novembre 2017, n. 192, "Regolamento recante disciplina delle procedure per l'affidamento e la gestione dei contratti da eseguire all'estero";

Vista la L. 5 novembre 2012, n.190, "disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione";

Vista la L. 22/12/1990, n. 401, recante "Riforma degli Istituti italiani di cultura e interventi per la promozione della cultura e della lingua italiane all'estero";

Visto il D.lgs. 14 marzo 2013, n.33, "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni" e successivo aggiornamento D. Lgs 97/2016;

Visto il DPR 16 aprile 2013, n. 62 ed in particolare l'art. 9 (Trasparenza e tracciabilità);

Considerata l'esigenza di dare attuazione ai principi desumibili dall'articolo 32, comma 2, del decreto legislativo 18 aprile 2016, n. 50, individuando preventivamente gli elementi essenziali del contratto e i criteri di selezione degli operatori economici e delle offerte;

Visto il bilancio di previsione per l'esercizio finanziario di riferimento e, in particolare, i criteri di programmazione della spesa delineati dalla relazione di cui all'articolo 21, comma 6, del DM n. 392 del 1995 e ss.mm.;

Considerato che la promozione della lingua italiana è prioritaria tra i compiti degli Istituti italiani di cultura e che è tra i cardini della promozione integrata del progetto Vivere all'Italiana (Messaggio ministeriale 0044475 del 3.3.2016);

Considerato che i nuovi obiettivi della DGSP richiedono un innalzamento del 10% del numero degli studenti di lingua italiana (Messaggio Ministeriale 18223 del 31.01.2018);

Vista la disponibilità di un video già prodotto in occasione di una precedente pubblicità 2017;

Considerato che, tenuto conto dell'interesse pubblico sotteso al perseguimento del mandato istituzionale della sede, si rende necessario acquisire un servizio di campagna pubblicitaria video nella metropolitana della città;

Considerato che, sulla base delle condizioni prevalenti nel mercato di riferimento in loco quali emergono dal complesso degli elementi qui comunque disponibili, il valore stimato dell'appalto ammonta a euro 3226 (tremiladuecentoventisei) al netto delle imposte indirette;

Considerato che, per la tipologia e per il valore stimato dei servizi da acquisire, l'articolo 7, comma 2, lettera a) del DM n. 192 del 2017, prevede che il contraente sia selezionato mediante affidamento diretto;

Considerato che l'importo corrispondente al valore stimato del servizio trova capienza nelle risorse finanziarie all'uopo allocate nel bilancio della sede;

DETERMINA

1. di avviare una procedura per acquisire il servizio di campagna pubblicitaria video dei corsi dell'Istituto Italiano di Cultura mediante affidamento diretto;
2. che la spesa connessa alla presente procedura sarà imputata al Titolo III.03 del bilancio di sede;
3. che i compiti di responsabile del procedimento sono assicurati, in mancanza di figura professionale idonea dal Direttore dell'Istituto;
4. che la durata dell'affidamento sarà per un periodo circoscritto all'apertura delle iscrizioni dei corsi e sarà stabilito per contratto il numero dei passaggi pubblicitari.

Barcellona, 05/02/2018

Angelo Gioè
Direttore Responsabile servizio

