



## DETERMINA DIRIGENZIALE

*n.154 del 06.08.2020*

Determinazione a contrarre per l'affidamento del servizio di informazione e comunicazione istituzionale per la promozione e valorizzazione del territorio dell'Ente Parco Nazionale dell'Isola di Pantelleria a supporto dell'attuazione del Piano di Comunicazione di importo inferiore alla soglia di 40.000 euro, col sistema della Trattativa diretta sul Mepa.

### IL DIRETTORE

**Vista** la Legge Quadro sulle aree protette del 6 dicembre 1991, n. 394 e s.m.i.;

**Visto** il D.P.R. 28 luglio 2016 che istituisce il Parco nazionale Isola di Pantelleria e l'Ente Parco Nazionale Isola di Pantelleria, pubblicato nella GURI n. 235 del 7 ottobre 2016;

**Visto** il decreto del Ministero Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare n.27 del 02/02/2018 relativo alla nomina del Presidente dell'Ente Parco Nazionale Isola di Pantelleria, protocollato con il n. 40/COM il 05/02/2018;

**Visto** il decreto del Ministero Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare n. 136 del 04/04/2018 relativo alla nomina del Consiglio Direttivo dell'Ente Parco Nazionale Isola di Pantelleria, protocollato con il n. 197 il 05/04/2018;

**Visto** il D.Lgs. 30 marzo 2001, n. 165 e s.m.i. relativo alle norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche;

**Richiamata** la Determina Presidenziale n. 1 del 29 giugno 2018 di affidamento delle funzioni di Direttore F.F. all'emittente il presente provvedimento;

**Visto** il Bilancio di Previsione dell'esercizio 2020 con particolare riferimento agli obiettivi programmatici esposti, nella relazione programmatica e nell'allegato tecnico, in relazione alla Linea strategica n. 2. Tutela e valorizzazione del territorio che con riferimento alle attività di cui al presente provvedimento specifica che "La promozione e la valorizzazione del territorio e delle sue produzioni saranno oggetto di specifiche azioni di comunicazione e promozione e di marketing territoriale";

**Rilevato** che al fine di rispondere alle esigenze di comunicazione istituzionale e per la promozione e valorizzazione del territorio sulle attività del Parco occorre procedere all'acquisizione di un servizio specifico reso da un soggetto in possesso di idonea esperienza;

**Dato atto** che:

- l'emittente il presente provvedimento ha acquisito informazioni, dati e documenti volti ad identificare le soluzioni presenti sul mercato per soddisfare il fabbisogno summenzionato appurando la presenza sul Mercato elettronico del fornitore Basi Comunicanti di Silvia Baglioni che presenta specifica esperienza di supporto alle attività di comunicazione e marketing territoriale nell'ambito dei parchi;
- il suddetto operatore economico su richiesta dell'Ente ha inviato la proposta di servizio allegata sub A) al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale;
- che il valore economico del servizio da affidare è di euro 32.790,00 iva esclusa per una durata di 12 mesi;

**Ritenuta** la suddetta proposta con gli obiettivi e fabbisogni dell'Ente sopra esposti;

**Visto** l'articolo 36 del D.lgs. 50/2016 il quale al comma 1 prevede che "L'affidamento e l'esecuzione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore alle soglie di cui all'articolo 35 avvengono nel rispetto dei principi di cui agli articoli 30, comma 1, 34 e 42, nonché del rispetto del principio di rotazione degli inviti e degli affidamenti e in modo da assicurare l'effettiva possibilità di partecipazione delle microimprese, piccole e medie imprese" ed inoltre al comma 2 che, "Fermo restando quanto previsto

**Ente Parco Nazionale Isola di Pantelleria**

Via San Nicola, 5 - 91017 Pantelleria (TP) 0923/569412 - C.F. 93077090814

e.mail: [info@parconazionalepantelleria.it](mailto:info@parconazionalepantelleria.it) - PEC: [protocollo@pec.parconazionalepantelleria.it](mailto:protocollo@pec.parconazionalepantelleria.it)

dagli articoli 37 e 38 e salva la possibilità di ricorrere alle procedure ordinarie, le stazioni appaltanti procedono all'affidamento di lavori, servizi e forniture di importo inferiore alle soglie di cui all'articolo 35, secondo le seguenti modalità:

a) per affidamenti di importo inferiore a 40.000 euro, mediante affidamento diretto anche senza previa consultazione di due o più operatori economici o per i lavori in amministrazione diretta”

**Dato atto** che il servizio de quo rientra nell’ambito della previsione di cui all’articolo 36 comma 2 lettera a) del citato D.lgs. 50/2016 e quindi può procedersi mediante affidamento diretto;

**Atteso** che il servizio da acquisirsi rientra nell’ambito della categoria MEPA “Servizi di informazione e marketing” ed in specifico: Sottocategoria 1 - Sottocategoria 1: Servizi di rassegna stampa (CPV 79820000-8 - Rassegna Stampa) ; Sottocategoria 3: Marketing, Comunicazione, Pubblicità, Social Media, Ricerche di mercato (CPV 92400000- Monitoraggio Social Media (SMMT) CPV 79342000-3 – Servizi di Marketing, Comunicazione, Pubblicità, Ricerche di Mercato);

**Dato atto** che nell’ambito delle procedure del mercato elettronico è prevista la “Trattativa Diretta”, quale modalità di negoziazione che consente all’interno del MEPA di negoziare con un unico operatore economico, il cui funzionamento è esplicito nella “Guida alla predisposizione della Trattativa diretta” predisposta dal Consip;

**Viste** le Linee guida ANAC n. 4 di attuazione del D.Lgs. 18/04/2016 n. 50 con particolare riferimento al paragrafo 4 relativo all’affidamento e l’esecuzione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore a 40.000,00 euro;

**Richiamato** il principio di rotazione;

**Ritenuto**, pertanto, di avviare la procedura di Trattativa Diretta nell’ambito della procedura MEPA per l’acquisizione di una offerta da parte del fornitore Basi Comunicanti di Silvia Baglioni con sede in La Spezia Via Genova 488/H, partita IVA 04941300966 per il servizio di “informazione e comunicazione istituzionale per la promozione e valorizzazione del territorio dell’Ente Parco Nazionale dell’Isola di Pantelleria a supporto dell’attuazione del Piano di Comunicazione” i cui elementi essenziali sono contenuti nella proposta allegata sub A) al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale che integra i contenuti del Capitolato allegato 16 al Bando “Prestazione di servizi alle pubbliche amministrazioni” per l’abilitazione di fornitori alla categoria “Servizi di informazione e marketing” ai fini della partecipazione al Mercato elettronico della pubblica amministrazione”

**Dato atto** che per la procedura de quo è stato acquisito il seguente C.I.G. **Z372DE97FC**.

**Visti:**

- l'articolo 3 della legge 136/2010, in tema di tracciabilità di flussi finanziari;
- il decreto legislativo 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. n. 50/2016 e, in particolare:
  - l’articolo 30, sui principi per l'aggiudicazione e l’esecuzione di appalti e concessioni;
- il decreto legislativo 9 aprile 2008, n. 81 in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro e, in particolare, l'articolo 26, comma 3, il quale prevede che deve essere elaborato e allegato ai contratti d'appalto o d'opera un documento unico di valutazione dei rischi da interferenze (DUVRI), che indichi le misure adottate per eliminare o, ove ciò non sia possibile, ridurre al minimo i rischi da interferenze;
- la determinazione dell'Autorità per la vigilanza sui contratti pubblici di lavori, servizi e forniture n. 3 del 5 marzo 2008, la quale - con riferimento all'articolo 7 del D.Lgs. 626/1994, come modificato dall'articolo 3 della legge 3 agosto 2007 n. 123, e successivamente

riprodotto nel citato articolo 26 comma 3 del D.Lgs. 81/2008 – ha escluso la necessità di predisporre il DUVRI e la conseguente stima dei costi della sicurezza relativi a rischi da interferenze, per i servizi per i quali non è prevista l'esecuzione all'interno della stazione appaltante, intendendo per "interno" tutti i locali/luoghi messi a disposizione dalla stazione appaltante per l'espletamento del servizio, anche non sede dei propri uffici;

**Visti:**

- l'articolo 1, comma 65 della legge 23 dicembre 2005, n. 266 che pone le spese di funzionamento dell'Autorità per la vigilanza sui lavori pubblici (di seguito ANAC) a carico del mercato di competenza per la parte non coperta dal finanziamento a carico del bilancio dello Stato;
- l'articolo 1, comma 67, della legge 23 dicembre 2005, n. 266, il quale dispone che l'ANAC, ai fini della copertura dei costi relativi al proprio funzionamento, determini annualmente l'ammontare delle contribuzioni dovute dai soggetti, pubblici e privati, sottoposti alla sua vigilanza, nonché le relative modalità di riscossione;
- la deliberazione dell'ANAC 22 dicembre 2015, n. 163, che fissa per l'entità della contribuzione per i contratti di lavori pubblici, forniture e servizi;

Tutto ciò premesso

**DETERMINA**

Per le motivazioni esposte in premessa, che qui si richiamano integralmente,

1. **di avviare** Basi Comunicanti di Silvia Baglioni con sede in La Spezia Via Genova 488/H, partita IVA 04941300966 per il servizio di "informazione e comunicazione istituzionale per la promozione e valorizzazione del territorio dell'Ente Parco Nazionale dell'Isola di Pantelleria a supporto dell'attuazione del Piano di Comunicazione" i cui elementi essenziali sono contenuti nella proposta allegata sub A) al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale che integra i contenuti del Capitolato allegato 16 al Bando "Prestazione di servizi alle pubbliche amministrazioni" per l'abilitazione di fornitori alla categoria "Servizi di informazione e marketing" ai fini della partecipazione al Mercato elettronico della pubblica amministrazione"
2. **di dare atto**
  - a) il fine che si intende perseguire con il contratto è quello di attivare un idoneo sistema di comunicazione istituzionale dell'Ente promuovendone l'attività ed informando la collettività sulle azioni realizzate nonché supportando la promozione e valorizzazione del territorio;
  - b) l'oggetto del contratto è informazione e comunicazione istituzionale per la promozione e valorizzazione del territorio dell'Ente Parco Nazionale dell'Isola di Pantelleria a supporto dell'attuazione del Piano di Comunicazione;
  - c) il valore economico non supera la soglia dei 40.000,00 euro ed è pertanto possibile procedere all'affidamento diretto, ai sensi del D.Lgs. n. 50/2016 art. 36 comma 2 lettera a);
  - d) ai sensi dell'art. 32 comma 14 del D.Lgs. n. 50/2016 la stipula del contratto avviene tramite il Mepa;
  - e) le clausole contrattuali sono quelle previste dal contratto tipo presente sul Mepa;
  - f) la modalità di scelta del contraente è quella della trattativa diretta sul Mepa ai sensi dell'art. 36 comma 2 lett. a) del D.Lgs. n. 50/2016;
3. di impegnare l'importo di € 40.003,80 come segue:
  - a) quanto ad euro 30.000,00 a valere sul Capitolo 4620.0 Spese per progettazione e attuazione piano di promozione del parco del Bilancio di Previsione 2020;
  - b) quanto ad euro 10.003,80 a valere sul Capitolo 5325.0 Azioni di marketing territoriale del Bilancio di Previsione 2020;
4. la presente determinazione va pubblicata all'Albo on-line dell'Ente per giorni 15 consecutivi;



### **AVVERTE**

Che, ai sensi del quarto comma dell'articolo 3 della legge 7 agosto 1990, n. 241 (Nuove norme in materia di procedimento amministrativo e di diritto di accesso ai documenti amministrativi), avverso il presente provvedimento è ammesso ricorso giurisdizionale al T.A.R. di Palermo ai sensi dell'art. 2, lett. b) e art. 21 della L. 1034/1971 e ss.mm entro il termine di trenta giorni dalla data di scadenza del termine di pubblicazione ovvero da quello in cui l'interessato ne abbia ricevuta la notifica o ne abbia comunque avuta piena conoscenza.

### **IL DIRETTORE**

Dott. Antonio Parrinello

Pubblicata all'albo pretorio per 15 giorni consecutivi:

dal \_\_\_\_\_ al \_\_\_\_\_

**BASI Comunicanti**

di Silvia Baglioni  
Via Genova 488/H  
19123 La Spezia  
P.IVA 04941300966  
BGLSLV67D42H501H

**PROPOSTA PER PANTELLERIA**  
AGOSTO 2020 – LUGLIO 2021

Con la presente la ditta individuale BASI Comunicanti di Silvia Baglioni, iscritta alla Camera di Commercio della Spezia (SP – 128496), in risposta alla vostra richiesta del 30/06/2020 invia una proposta di dettaglio che indica le modalità operative proposte per l'esecuzione del servizio, con una specifica degli output previsti dal servizio stesso.

## Punti essenziali

- 1) **posizionamento del Parco Nazionale**, infatti, mentre è forte l'immaginario sull'Isola-Cuore del Mediterraneo, è necessario aumentare la consapevolezza e il concetto di:
  - **consapevolezza** dei visitatori che arrivano e che immediatamente capiscono di poter vivere un'esperienza unica all'interno di un territorio protetto
  - **opportunità** dei residenti e degli stakeholders che vedono nel Parco Nazionale, volano per il territorio e al tempo stesso un organismo *super partes* capace di dialogare con i diversi soggetti, aprire tavoli di partecipazione e confronto, mediare i conflitti
- 2) promuovere il **Parco Nazionale come laboratorio di sviluppo sostenibile**, la necessità oggi, infatti, è quella di avere un Ente che sappia raccogliere i bisogni e le aspirazioni del territorio e che li traduca in un **processo dinamico**, attraverso una serie di azioni concrete. Le principali possono essere:
  - contribuire a **creare reti di collaborazioni e dare visibilità a quelle già esistenti** sia sul territorio dell'Isola, sia sui piani nazionale e internazionale
  - **valorizzare i circuiti virtuosi presenti e promuoverne di nuovi** offrendo ai residenti la possibilità di beneficiare dei vantaggi del turismo, anche se non si è immediatamente impegnati in quel comparto (ridistribuzione)
  - **organizzare una filiera dell'offerta turistica** offrendo vantaggi sia a chi arriva sul territorio che viene così 'accompagnato', sia a chi vivendo il territorio tutti i giorni che può contribuire a costruire un progetto di sviluppo (partecipazione, senso di appartenenza, profitto)

Appare chiaro, quindi, che la comunicazione non è uno strumento di marketing legato solo al posizionamento della destinazione turistica, cosa per altro utile se non essenziale per lo sviluppo dell'Isola, ma è un motore complesso da utilizzare che muove su più piani (interno ed esterno). Per questo richiede una strategia condivisa e un tempo di sviluppo che per poter dare dei risultati non può essere brevissimo.

Ogni strategia, inoltre, non può prescindere dalle condizioni in cui versa ora il Paese e deve essere espressa in termini di sostenibilità economica, organizzativa e ambientale. In base a questi elementi vanno calibrati gli obiettivi e andrà disegnato e condiviso un cronoprogramma.

**BASI Comunicanti**

di Silvia Baglioni  
Via Genova 488/H  
19123 La Spezia  
P.IVA 04941300966  
BGLSLV67D42H501H

**COMUNICAZIONE 'ESTERNA'****Definizione del prodotto-destinazione:**

- esplicitare i valori del territorio e della comunità:
  - eccellenze naturalistiche
  - crocevia di popoli
  - mare
  - attività outdoor
  - spa a cielo aperto
  - ritmi e stili di vita
  - paesaggio agricolo – UNESCO
- definire domanda – offerta
  - balneare
  - vacanze in natura
  - cicloturismo
  - sub
  - enogastronomia
- esplicitare il concept
  - Dove anche l'Umanità è Patrimonio
  - Biodiversi da 2000 anni
  - Isola cuore del Mediterraneo

**Obiettivo:**

Dobbiamo far conoscere (posizionare) le nostre due 'industrie ambientali' del territorio:

- sentieri
- prodotti tipici

La definizione 'industrie ambientali' non è casuale, vuol dire che stiamo parlando un sistema complesso, di filiere che vanno rafforzate e rese credibili, sia per chi ne fa parte, sia per chi le deve raccontare

**Target:**

Per quest'anno, vista l'emergenza sanitaria che stiamo attraversando, ci rivolgeremo in modo quasi esclusivo ai media italiani.

- intercettare le trasmissioni televisive di emittenti nazionali
- giornalisti e blogger, davvero influenti
- stabilire relazioni con media per azioni di co-marketing

Il Parco Nazionale deve essere il principale riferimento per i media che vogliono informazioni per fare articoli o reportage, di ogni genere, sull'isola. Essere riconosciuti come principale interlocutore.

**BASI Comunicanti**

di Silvia Baglioni  
Via Genova 488/H  
19123 La Spezia  
P.IVA 04941300966  
BGLSLV67D42H501H

**Azioni:**

Portare a Pantelleria tv, carta stampata, siti web e blogger

- educational tour a inizio stagione con l'obiettivo proporre Pantelleria come destinazione sicura e di alta qualità
- visita di giornalisti e troupe (a piccoli gruppi) per dare continuità alla comunicazione
- educational tour a fine agosto per tirare la stagione puntando sul periodo della vendemmia
- rafforzare la comunicazione sui Social potenziando il canale FB e aprendo quello Instagram
- definizione degli hashtag (es. #parcopantelleria #pantelleriacuoredelmediterraneo)
- creare contenuti da utilizzare per la comunicazione e press kit
- supporto a workshop fotografici per piccoli gruppi

Difficile immaginare quest'anno l'organizzare di eventi di engagement nazionale, ma è possibile immaginare attività per la comunità, al fine di rafforzare le relazioni e costruire percorsi che in futuro possono sviluppare interesse anche nei visitatori (degustazioni guidate, laboratori del gusto, attività in natura, rassegne, contest)

**Sito web istituzionale**

Il sito web dell'Ente deve diventare sempre di più l'agorà digitale nella quale ruotano le informazioni e i contenuti emozionali:

- implementazione dei testi
- produzione di notizie
- implementazione delle gallerie fotografiche e video
- implementazione delle sezioni legate al territorio e all'offerta turistica
- supporto agli operatori per implementare le pagine hospitality
- newsletter

**Feedback**

Le azioni di comunicazione saranno monitorate attraverso

- questionari di valutazione
- interviste a campione
- SWOT analysis
- Google Analytics
- rassegna stampa

Per ottenere una rassegna stampa più complete e puntuali si suggerisce di attivare un servizio di rassegna stampa che potrà amplificare le uscite sui media segnalandole anche a stakeholders e istituzioni. Sarà nostra cura segnalare alla società le ulteriori uscite per implementare la rassegna. La rassegna potrà essere inserita come news sul sito istituzionale del parco.

**BASI Comunicanti**

di Silvia Baglioni  
Via Genova 488/H  
19123 La Spezia  
P.IVA 04941300966  
BGLSLV67D42H501H

**COMUNICAZIONE INTERNA**

Per costruire un'efficace strategia di comunicazione interna è essenziale svolgere un'azione di ascolto attivo. Questo consente di adottare uno sguardo esplorativo, che aiuta a valorizzare la ricchezza dei punti di vista di tutti coloro che abitano un territorio o che sono portatori di un interesse.

Per rispondere alle esigenze che emergono da questo 'coro polifonico', il Parco Nazionale adotta strumenti che permettano di informare la comunità su opportunità, iniziative, eventi. Così come è opportuno condividere la strategia di comunicazione esterna affinché questa sia veramente efficace.

**Obiettivo:**

Fare Parco partendo dalla condivisione dei valori:

- la qualità della vita delle persone, la salute e la biodiversità siano indissolubilmente legate. Le persone fanno parte dei loro ambiente che a sua volta è stato ridisegnato dalle comunità
- dare potere alle persone senza dimenticare che questo vuol dire creare consapevolezza: una comunità è responsabile di costruire il suo futuro
- sperimentare nuove soluzioni mettendo in circolo le competenze locali e usarle per affrontare le sfide globali
- Il raggiungimento degli obiettivi dipende dalla forza delle relazioni

Promuovere specifici processi:

- rafforzare sinergie territoriali tra soggetti economici (pubblico-privato);
- stimolare nuove opportunità che possano tradursi in servizi e posti di lavoro;
- rafforzare prodotti qualitativamente idonei alla commercializzazione

**Target:**

- Amministrazione Locale
- Partner istituzionali
- Comunità Locali
- Associazioni e Aggregazioni sociali
- Operatori economici e sociali
- Istituti scolastici

In genere tutta la rete di collaborazioni che il Parco Nazionale ha formalizzato fino ad oggi

**Azioni**

Le azioni, prima di essere definite, devono svilupparsi da un rapporto di sinergia con il territorio grazie a percorsi condivisi.

- percorsi d'ascolto e partecipativi (focus group)
- reti di prodotto (turismo rurale, enogastronomia, cicloturismo, benessere)
- qualificazione dell'offerta del territorio (protocolli di qualità)
- svolgere attività di formazione degli stakeholders
- networking con altri territori

**Feedback**

Le azioni di comunicazione saranno monitorate attraverso

- questionari di valutazione
- interviste a campione agli stakeholders
- SWOT analysis





**BASI Comunicanti**

di Silvia Baglioni  
Via Genova 488/H  
19123 La Spezia  
P.IVA 04941300966  
BGLSLV67D42H501H

**MODALITA' OPERATIVE PROPOSTA PANTELLERIA  
AGOSTO 2020 - LUGLIO 2021  
BASI COMUNICANTI di Silvia Baglioni**

| <b>COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE<br/>STUMENTI</b> | <b>IMPORTO</b>           |
|--|--------------------------|
| Sito istituzionale                             | € 5.000,00               |
| Canali Social<br>YouTube                       | € 1.100,00<br>€ 1.100,00 |
| Clip video                                     | € 800,00                 |
| Podcast  | € 740,00                 |
| <b>Totale</b>                                  | <b>€ 8.740,00</b>        |

| <b>COMUNICAZIONE ESTERNA<br/>UFFICIO STAMPA</b> | <b>IMPORTO</b>     |
|---|--------------------|
| Azioni rivolte ai media                         | € 3.800,00         |
| Organizzazione num. 3 conferenze stampa         | € 3.500,00         |
| Realizzazione di num. 4 press kit itinerari     | € 600,00           |
| Realizzazione di num. 8 redazionali             | € 1.300,00         |
| Newsletter periodiche (max. num.12)             | € 1.800,00         |
| Azioni di supporto agli eventi                  | € 4.000,00         |
| Relazioni con il Media/Educational              | € 5.000,00         |
| <b>Totale</b>                                   | <b>€ 20.000,00</b> |

| <b>COMUNICAZIONE INTERNA<br/>COORDINAMENTO E FEEDBACK</b> | <b>IMPORTO</b>    |
|---|-------------------|
| Attività presso gli stakeholders                          | € 2.000,00        |
| Riserva spese imprevisti                                  | € 200,00          |
| Spese di segreteria                                       | € 1.000,00        |
| Analisi dati  | € 500,00          |
| Produzione num. 2 report (intermedio e finale)            | € 350,00          |
| <b>Totale</b>   | <b>€ 4.050,00</b> |

|                                   |                    |
|-----------------------------------|--------------------|
| <b>RIEPILOGO SPESE</b>            | <b>IMPORTO</b>     |
| <b>COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE</b> | € 8.740,00         |
| <b>COMUNICAZIONE ESTERNA</b>      | € 20.000,00        |
| <b>COMUNICAZIONE INTERNA</b>      | € 4.050,00         |
| <b>TOTALE</b>                     | <b>€ 32.790,00</b> |

Le cifre sono da intendersi IVA esclusa.