

Belluno, 02/06/2025

Prot. n. DIR82/GIU/2025

DETERMINA DI AGGIUDICAZIONE DI CUI ALL'ART. 17, COMMA 2, DEL D.LGS. 36/2023 PER AFFIDAMENTO DIRETTO AI SENSI DELL'ART.50 COMMA 1 LETT B DEL D.LGS. 36/2023

OGGETTO: ATTIVITÀ DI PROMOZIONE DELLA DESTINAZIONE “DOLOMITI BELLUNESI” ATTRAVERSO LA PRESENZA DI RADIO 24 SUL TERRITORIO, LA DIFFUSIONE DI SPOT PROMOZIONALI E LA PRODUZIONE DI CONTENUTI EDITORIALI CON L'OBIETTIVO DI AUMENTARE LA VISIBILITÀ DEL BRAND E IL POSIZIONAMENTO MEDIATICO DELLA DESTINAZIONE SU SCALA NAZIONALE

“Dolomiti Bellunesi: da Brand di destinazione a patrimonio collettivo”

Codice intervento N. CUP: F89I23001100008

CIG: B71B41C736

RICHIAMATI:

- l'art. 17, comma 2, del D.Lgs. 36/2023, il quale dispone che “In caso di affidamento diretto, l'atto di cui al comma 1 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”;
- l'art. 50, comma 1 lettera b) del Dlgs 36/2023 per affidamento diretto dei servizi e forniture di importo inferiore a 140.000 euro;
- l'art. 49, del Dlgs 36/2023 in riferimento al rispetto del principio di rotazione;
- l'intesa programmatica sottoscritta in data 11 giugno 2020 – articolo 6, comma 1, lettere a); b) e c) e relativa al Programma 2019-2024 dei Progetti Strategici della Provincia Di Belluno – Terzo Stralcio;
- le linee guida e la Road Map approvate con deliberazione n. 1 del 18/01/2024 da parte del Comitato paritetico ed il Regolamento che aggiorna e adegua l'intesa programmatica sottoscritta in data 11 giugno 2020 ed avente ad oggetto la programmazione degli interventi fino al 31.12.2027.

PREMESSO CHE:

- La Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi, in qualità di Soggetto Attuatore, è beneficiaria del progetto “Dolomiti Bellunesi: da Brand di destinazione a patrimonio collettivo”, approvato con delibera n. 9 del 15/11/2023 da parte del Comitato Paritetico per la gestione dell'Intesa avente ad oggetto la disciplina dei rapporti per la gestione delle risorse finanziarie relative al c.d. Fondo Comuni Confinanti, CUP F89I23001100008.
- L'obiettivo del Progetto, come indicato nella scheda di approfondimento tecnico presentata in data 05.03.2024, e formalmente approvata con la sottoscrizione della Convenzione per l'avvio del Progetto sottoscritta in data 19.08.2024, è quello di “Favorire la crescita competitiva della Destinazione Dolomiti Bellunesi e del suo Brand, promuovendo un turismo sostenibile e inclusivo, con attenzione ad una crescita economica, attraverso l'attuazione di politiche legate

- ai temi della transizione digitale, ambientale e sociale”.
- Il Progetto prevede l'applicazione della normativa in materia di appalti pubblici ex Dlgs 36/2023.
 - In data 1° gennaio 2025 è entrato in vigore il D.Lgs. 209/2024 recante modifiche al Codice dei Contratti Pubblici.
 - Nell'ambito del progetto sono previste 7 Azioni strategiche, tra cui l'Azione 4. Digital Marketing/Marketing Off Line Posizionamento sul mercato, che prevede le seguenti Azioni: A.4.2 Produrre i content per l'attività di comunicazione (social e digital soprattutto), secondo la logica delle motivazioni e con le necessità di continua pubblicazione che il digital pretende; A.4.3 Affiancamento tecnico per il rafforzamento delle azioni di PR, contatto con la stampa, l'editoria, tv e radio; A.4.12 Investimenti di marketing strategici in occasione dei principali eventi di portata nazionale ed internazionale (es. eventi sportivi, culturali, educativi, rivolti alle famiglie, etc.);
 - Il Gruppo 24 ORE è uno dei principali gruppi editoriali italiani, punto di riferimento per l'informazione economica, finanziaria, professionale e culturale. Al centro delle sue attività si trova Il Sole 24 Ore, il quotidiano economico più autorevole in Italia, noto per la sua affidabilità, la profondità delle analisi e il rigore informativo;
 - Radio 24 è un'emittente radiofonica “news & talk”, con una programmazione di approfondimento e dibattito che copre differenti aree di interesse: dallo sport alla letteratura, dalle fake news all'alimentazione. La sua audience è rappresentata dalla parte più attiva e colta della popolazione, sempre alla ricerca di nuovi stimoli e tendenze. L'emittente si colloca tra le prime 10 radio italiane per numero di ascolti nel giorno medio, con una quota pari a 2.261.000 ascoltatori, ed è caratterizzata da un pubblico altamente fidelizzato con una durata media di ascolto di 99 minuti. Il target vede una forte presenza maschile (76%) e il 71% è rappresentato da persone over 45. Si tratta di un'audience altamente istruita e attiva, con un'elevata capacità di spesa, attenta alle tendenze e agli stili di vita emergenti. La fetta più rilevante di ascoltatori nelle varie aree geografiche è quella relativa al Nord-Ovest con 34%, seguita dal Nord-Est (26%).
 - La programmazione multi-tematica di Radio 24 mira a soddisfare un pubblico variegato. Questa ampiezza tematica consente di intercettare le preferenze di differenti segmenti di ascoltatori, offrendo contenuti che spaziano dall'economia alla politica, dalla cultura al lifestyle, creando un palinsesto ricco e diversificato. Un elemento distintivo di Radio 24 risiede nella sua comunicazione specificamente pensata per un target profilato e con una maggiore capacità di spesa. Questa peculiarità posiziona l'emittente come un canale privilegiato per raggiungere consumatori con un elevato potere d'acquisto e un interesse per prodotti e servizi di qualità. Tale caratteristica rende Radio 24 particolarmente adatta per una programmazione efficace rivolta alla componente dei responsabili acquisti più sperimentalista e maggiormente attenta ai propri acquisti in ogni settore. Questo implica che l'emittente è in grado di intercettare coloro che sono aperti alle novità e che dedicano una particolare attenzione alle loro decisioni di spesa, in qualsiasi ambito merceologico.
 - Inoltre Radio 24 ha ampliato la sua community attraverso una vivace attività sui social media, raggiungendo oltre 2 milioni di follower, con un incremento del 32% rispetto all'anno precedente.

CONSIDERATO CHE

- È interesse della Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi contribuire alla crescita e posizionamento del Brand ed alla promozione della destinazione coerentemente con il proprio

Statuto anche attraverso azioni mirate di brand awareness e di promozione dei prodotti turistici e delle esperienze fruibili nelle Dolomiti Bellunesi sul mercato italiano;

- Tale azione risulta funzionale allo sviluppo delle attività progettuali con particolare riferimento alle azioni A.4.2; A.4.3 e A.4.12 del progetto strategico;
- Il Sole 24 Ore S.p.A. possiede adeguate competenze tecniche necessarie all'erogazione del servizio;
- La formalizzazione del contratto è soggetta all'applicazione della garanzia definitiva pari al 5% da calcolare sull'importo contrattuale, secondo le misure e le modalità previste dall'art. 53, comma 4, Dlgs. 36/2023.

ACQUISITO

- il preventivo economico inviato da parte di Il Sole 24 ORE S.p.A. in data 20 maggio 2025, tramite la Piattaforma Unificata Appalti <https://sitbelluno-appalti.maggiolicloud.it/PortaleAppalti/it/homepage.wp>, per un importo complessivo di: € 25.000,00 + € 5.500,00 IVA (22%)

VERIFICATO

- che la documentazione allegata dall'operatore economico risulta completa rispondente ai requisiti di carattere generale e inerenti le capacità tecnico-professionali indicati nel capitolato relativo alla suddetta procedura;
- che i requisiti di carattere generale e speciale saranno verificati a campione in base al relativo Regolamento (Prot. n. PRES20/APR/2025) pubblicato sul sito istituzionale della Fondazione e inerente le dichiarazioni sostitutive di atto di notorietà nell'ambito degli affidamenti diretti di importo inferiore a € 40.000,00 di cui all'art. 50, comma 1, lettere a) e b) del D.lgs. n.36/2023 (Codice dei contratti pubblici);
- che Il Sole 24 ORE S.p.A. . dispone di esperienze pregresse idonee a garantire il servizio richiesto nel rispetto dei principi generali di cui agli artt. da 1 a 11 del Dlgs. 36/29023;
- che l'importo complessivo di € 25.000,00 + € 5.500,00 IVA (22%) trova copertura nel Capitolo di Spesa "Azione 4" relativo al Progetto "Dolomiti Bellunesi: da Brand di destinazione a patrimonio collettivo", CUP F89I23001100008.
- che, ai sensi dell'art. 11, comma 2, del Codice e dell'Allegato I.01 del Codice, il CCNL applicato è G011 – Grafici Editoriali, G031 – Giornalisti, G041 – Poligrafici, G091 – Radiofonici / Radiotelevisivi, V012 – Dirigenti Industria

LA DIRETTRICE DETERMINA

- di richiamare le premesse quale parte integrante e sostanziale del presente atto, che assume valenza di determinazione a contrarre, di impegno ed affido;
- di approvare ed affidare a Il Sole 24 ORE S.p.A. (PIVA 00777910159), il servizio di cui in oggetto, ritenendo congrua l'offerta assunta;
- di dichiarare immediatamente efficace il presente provvedimento, ai sensi dell'art. 17, comma 5, del Codice;
- di procedere all'impegno di spesa di € 25.000,00 + € 5.500,00 IVA (22%) a favore di Il Sole 24 ORE S.p.A. (PIVA 00777910159);

- di dare atto che l'onere previsto troverà copertura nel Capitolo di Spesa "Azione 4" relativo al Progetto "Dolomiti Bellunesi: da Brand di destinazione a patrimonio collettivo", CUP F89I23001100008.
- di dare mandato agli uffici competenti di questa Fondazione di predisporre gli atti necessari alla formalizzazione della fornitura;
- che il Responsabile Unico del Progetto è la dott.ssa Valentina Colleselli

Il responsabile Unico del Progetto
Valentina Colleselli
Direttrice| Fondazione DMO Dolomiti Bellunesi