



DETERMINAZIONE N. 283/2016

Oggetto: Affidamento diretto per la campagna di advertising SPID – Google a supporto del lancio di “18app.it”.

IL DIRETTORE GENERALE

VISTI gli articoli 19 (Istituzione dell’Agenzia per l’Italia Digitale), 21 (Organi e statuto), 22 (Soppressione di DigitPA e dell’Agenzia per la diffusione delle tecnologie per l’innovazione; successione dei rapporti e individuazione delle effettive risorse umane e strumentali) del decreto legge n. 83 del 22 giugno 2012, recante “Misure urgenti per la crescita del Paese”, convertito, con modificazioni, nella legge n. 134 del 7 agosto 2012 e s.m.i. e l’articolo 14-bis (Agenzia per l’Italia digitale) del decreto legislativo n. 82 del 7 marzo 2005 (Codice dell’amministrazione digitale) e s.m.i.;

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell’8 gennaio 2014 (pubblicato sulla GURI n. 37 del 14 febbraio 2014), che ha approvato lo Statuto dell’Agenzia per l’Italia Digitale (AgID);

VISTO il decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 30 aprile 2015, registrato alla Corte dei conti in data 10 giugno 2015 al n.1574, con il quale il dott. Antonio Francesco Maria Samaritani è stato nominato, per la durata di un triennio, Direttore Generale dell’Agenzia per l’Italia Digitale con decorrenza dalla data del predetto decreto;

VISTA la Legge 28 dicembre 2015, n. 208 contenente “Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato (Legge di stabilità 2016)” con particolare riferimento ai commi da 494 a 520;

VISTO il Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell’8 giugno 2016, di approvazione del bilancio di previsione per l’anno 2016 dell’Agenzia per l’Italia Digitale;

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”;

VISTO l’Appunto dell’Ufficio “Segreteria Tecnica e coordinamento con gli Organi” del 28 settembre 2016 con cui si rappresenta la necessità e l’urgenza di avviare nel corrente anno, fino al 31/12/2016, un’importante campagna di advertising mediante Google al fine di promuovere SPID, il Sistema Pubblico di Identità Digitale, che permette a cittadini e imprese di accedere con un’unica



identità digitale, un unico nome utente e password, a tutti i servizi online di pubbliche amministrazioni e imprese aderenti;

CONSIDERATO che la campagna di advertising sulle reti Google si rende essenziale e urgente per massimizzare l'iscrizione a SPID da parte di tutti i cittadini, con particolare riferimento a quelle categorie di soggetti che fanno maggiore uso dei servizi online, anche in relazione all'avvio della misura governativa “web application “18app”, creata ad hoc per consentire l'erogazione del Bonus cultura;

CONSIDERATO che nel citato Appunto l'Ufficio “Segreteria Tecnica e coordinamento con gli Organi” segnala la necessità e urgenza ricorrere ad una procedura di affidamento diretto, considerato che le reti messe a disposizione dal motore di ricerca Google risultano essere le più idonee al raggiungimento degli obiettivi attesi dalla campagna promozionale, sia in termini di capacità di profilazione dei target da colpire, sia in termini di ampiezza di audience potenzialmente raggiungibile nell'intervallo di tempo preso in considerazione;

CONSIDERATO e PRESO ATTO infatti che, alla luce delle verifiche condotte dall'Ufficio competente, le reti pubblicitarie di Google, nonostante non siano l'unico network esistente di digital advertising in Italia, risultano essere le uniche a garantire all'Agenzia il raggiungimento degli obiettivi promozionali attesi nell'ambito dell'intervallo temporale preso in considerazione dalla campagna, assicurando ad AgID il raggiungimento degli obiettivi pubblicitari attesi per via di elementi quali: capacità di profilazione dell'utenza target; reach di utenti unici in Italia sul motore di ricerca e su Youtube; reach di utenti unici su dispositivi mobili; tasso di penetrazione della rete Display sugli utenti italiani online (94%); quota globale di siti web, applicazioni e video affiliati alla rete Display (oltre 1 milione);

PRESO ATTO che per le ragioni esposte nell'Appunto l'Ufficio Segreteria Tecnica e coordinamento con gli Organi” ha segnalato, rispetto ai casi di ricorso al MEPA e alle convenzioni Consip di cui all'articolo 26 della legge 23 dicembre 1999, n. 488, che non si può che procedere ad un affidamento diretto in via autonoma ai sensi del comma 510 e 516 della legge di stabilità 2016 in quanto i servizi promozionali oggetto di convenzione o disponibili su MEPA non sono idonei al soddisfacimento dello specifico fabbisogno dell'AgID per mancanza di caratteristiche essenziali, né potrebbero garantire l'acquisizione dei servizi di advertising nei termini ristretti che necessitano all'AgID, data l'estrema urgenza, motivata dalla messa online da parte della Presidenza del Consiglio dei Ministri della web application www.18app.it prevista per il mese di ottobre 2016 e che prevede come unica modalità di autenticazione SPID;

VISTO l'art. 36 del citato decreto legislativo, che disciplina i contratti pubblici d'importo inferiore alla soglia di cui all'art. 35 del medesimo decreto legislativo, secondo cui <<2. Fermo restando quanto previsto dagli articoli 37 e 38 (Aggregazioni e centrali di committenza; Qualificazione delle stazioni appaltanti e



centrali di committenza) 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, adeguatamente motivato o per i lavori in amministrazione diretta>>;

VISTA la documentazione allegata all'Appunto dell'Ufficio "Segreteria Tecnica e coordinamento con gli Organi" per un importo complessivo pari a €38.000,00 IVA esclusa;

VISTA la mail del 28 settembre 2016 del competente servizio Bilancio dalla quale risulta che l'iniziativa trova copertura sul progetto "Accordi di programma quadro" (Obfu 1.02.14.02) alla voce CEB.14.b.01.0011 denominata "spese di rappresentanza, pubblicità e promozionali" e la mail del Direttore Generale del 5 ottobre 2016 di assenso alla procedura, date le motivazioni di straordinaria urgenza della stessa, dovendo la campagna SPD-18app. partire nel mese di ottobre ;

PRESO ATTO dell'urgenza e del contratto per la Pubblicità di Google, delle verifiche condotte con gli Uffici Legali competenti, considerata l'impossibilità per il fornitore di modificare in tempi brevi la propria documentazione standard per l'Europa, e preso atto della documentazione anticipata via mail all'Ufficio "Segreteria Tecnica e coordinamento con gli Organi", ovvero: delle dichiarazioni cui agli articoli 46 e 47 del D.P.R. 445/2000, in merito all'assenza dei motivi di esclusione di cui all'art. 80 e 86 del citato decreto legislativo n. 50/2016; della dichiarazione per la tracciabilità dei flussi finanziari ai sensi della legge n. 136/2010 e s.m.i.; della dichiarazione che trattandosi di Società di diritto irlandese, i propri dipendenti non operano in Italia;

DETERMINA

1. Di autorizzare a procedere, in via autonoma, ai sensi dell'art. 1, comma 516 della legge 28 dicembre 2015, n. 208, alla definizione dell'affidamento diretto per la campagna di advertising SPID – Google a supporto del lancio di "18app.it", per le motivazioni esposte nell'appunto dell'Area proponente e richiamate nelle premesse;
2. Di procedere all'affidamento diretto della fornitura in oggetto alla Google, ai sensi dell'art 36, comma 2 lettera a) del D.lgs. n. 50 del 18 aprile 2016 per la campagna di SPID – Google a supporto del lancio di "18app.it" che dovrebbe articolarsi dal mese di ottobre alla fine del corrente anno;
3. Di imputare l'importo complessivo relativo all'affidamento, pari a €38.000,00 IVA esclusa, e pari a € 46.360,00 IVA inclusa, sul progetto "Accordi di programma quadro" (Obfu 1.02.14.02) alla voce CEB.14.b.01.0011 denominata "spese di rappresentanza, pubblicità e promozionali", in considerazione della



data di decorrenza ed effettiva erogazione dei servizi;

4. Di nominare, ai sensi dell'art. 31, 101, 102 e 111 del D.lgs. n. 50/2016, il Dott. Marco Bani, Responsabile del procedimento e Direttore dell'esecuzione del contratto;
5. Di incaricare il RUP di:
 - effettuare la comunicazione all'ANAC prescritta dal comma 516 della citata legge n. 208/2015;
 - definire con la Google un accurato piano della campagna di advertising e delle *due tranche* di attività, previste nell'Appunto citato in premessa;
 - comunicare all'Area Contabilità, Finanza e Funzionamento, nonché ai referenti della trasparenza dell'AgID la durata della campagna, la data di effettivo inizio e fine delle attività, ai fini dei connessi adempimenti previsti dalla normativa vigente;
 - comunicare alla Google le disposizioni vigenti in tema di appalti pubblici e il codice di comportamento da far osservare ai propri collaboratori a qualsiasi titolo, di cui al D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 (Codice di comportamento dei dipendenti pubblici);
 - curare la verifica di conformità dei servizi e inviare l'attestazione di regolare esecuzione alla Google, propedeutica alla fatturazione e essenziale all'Area Contabilità, Finanza e Funzionamento ai fini del pagamento ⁽¹⁾;
 - curare l'affidamento in linea con quanto disposto dal Codice degli appalti e dalle connesse Linee Guida dell'ANAC e provvedimenti attuativi.

Roma, 18 ottobre 2016

Antonio Samaritani

¹Segnalando che nella fattura dovrà essere riportato il CIG e indicata la competenza temporale dell'attività (gg/mm/aa) e tutti gli elementi utili alla comprensione degli importi unitari e totali che hanno condotto all'importo fatturato e che essendo, l'AgID esclusa dalla platea dei destinatari del meccanismo della scissione dei pagamenti (split payment) (articolo 1, comma. 629, lettera b), della legge 23 dicembre 2014, n. 190 – Primi chiarimenti, punto 1.2 “Soggetti esclusi”(vedi Circolare Ag. Entrate – Direzione Centrale Normativa n. 1/E del 9 febbraio 2015), la presenza dello split payment o di altre previsioni in fattura non conformi alla normativa vigente non rende possibile ad AgID procedere al pagamento dei corrispettivi e sospende legittimamente i termini di pagamento.