



COMUNE DI CASTELLANA GROTTI
CITTÀ METROPOLITANA DI BARI

SETTORE TURISMO SPETTACOLO CULTURA E RISORSE UMANE

Ufficio Turismo Spettacolo Cultura

Raccolta Ufficiale n. 835 del 26/11/2019

OGGETTO: Interventi nel campo turistico: valorizzazione e promozione del territorio - art. 4 del vigente Regolamento comunale sulla istituzione e disciplina della Imposta di Soggiorno - Campagna social marketing per la promozione del territorio e del patrimonio culturale materiale e immateriale della città - Determinazione a contrarre - Prenotazione di spesa - CIG Z682AC026A.

IL RESPONSABILE

PREMESSO:

che, la città di Castellana Grotte, in ragione dello straordinario patrimonio carsico che insiste sul territorio comunale, stimato tra i più importanti e belli d'Italia e d'Europa, noto con il nome di *Grotte di Castellana*, è inserita, ai sensi della Legge Regionale 23 ottobre 1996, n. 23, nell'elenco regionale delle *"località turistiche"*, nonché riconosciuta, ai sensi dell'art. 2, comma 1, lett. d) della Legge Regionale 1° agosto 2003 n. 11, *Comune ad economia prevalentemente turistica*;

che, pertanto, l'Ente è impegnato nell'attuazione di politiche tese a rendere turisticamente sempre più attrattiva l'intera città, che, tra l'altro, oltre al complesso ipogeo, può vantare anche notevoli bellezze architettoniche, artistiche e paesaggistiche ed opportunità legate al proprio patrimonio culturale, storico e delle tradizioni religiose, popolari ed enogastronomiche che meritano di essere altrettanto promosse;

che, in virtù di tanto, in coerenza con gli obiettivi di cui al Programma di Mandato Amministrativo, l'Ente sta ponendo in essere azioni atte a divulgare la conoscenza del territorio nelle sue varie componenti, anche ai fini della sempre maggiore diffusione del *"prodotto turistico Castellana Grotte"*, nell'ottica di perseguire un sempre più elevato standard di sviluppo socio-economico della comunità di riferimento;

Richiamata, quindi, la Deliberazione di Consiglio comunale n. 6 in data 16.02.2018, con la quale questo Ente, in base alle disposizioni di cui all'art. 4 del Decreto Legislativo 23/2011, ha istituito l'imposta di soggiorno, approvandone il relativo Regolamento che, all'art. 2, prevede espressamente che *"Il relativo gettito è destinato a finanziare interventi in materia di turismo, ivi compresi quelli a sostegno delle strutture ricettive, nonché interventi di manutenzione, fruizione e recupero dei beni culturali ed ambientali locali, nonché dei relativi servizi pubblici locali. Per interventi in materia di turismo si intende anche il finanziamento di interventi promozionali e di eventi"*

Documento firmato digitalmente

di attrazione turistica da realizzarsi anche in collaborazione con la Regione e/o con altri Enti locali e/o con associazioni e/o con privati.”;

Vista, da ultimo, la pronuncia dei magistrati contabili del Veneto, con la deliberazione 71/2019, pubblicata in data 18 aprile u.s., i quali, in coerenza con precedente giurisprudenza Corte Conti (cfr., ex multis, Sezione Regionale Puglia Deliberazione n. 201/2015/PAR), hanno ricordato che, ai sensi dell'art. 4 del d.lgs. 23/2011, il gettito ottenuto dall'imposta di soggiorno deve essere finalizzato esclusivamente per il finanziamento diretto ed immediato di *“interventi in materia di turismo, ivi compresi quelli a sostegno delle strutture ricettive, nonché interventi di manutenzione, fruizione e recupero dei beni culturali ed ambientali locali, nonché dei relativi servizi pubblici locali, ...omissis...trattandosi di una “imposta di scopo”, basata, cioè, sulla correlazione prelievo-beneficio e diretta a determinare un miglior livello di accettazione del sacrificio richiesto. In altri termini, l'art. 4 del D.lgs. n. 23/2011 finalizza l'impiego del gettito ottenuto dall'imposta esclusivamente per il finanziamento diretto ed immediato di interventi nel settore del turismo e di interventi ad esso connessi, mediante la previsione di un vincolo di destinazione incumbente sulla relativa entrata. L'esistenza di siffatto vincolo implica evidentemente che, nel bilancio dell'ente, tale entrata debba essere correlata esclusivamente a spese della tipologia indicata dal legislatore e non ad altre. Diversamente, il vincolo, di origine normativa, verrebbe disatteso e, dunque, violato. La suesposta premessa, fondata sull'esame della norma che prevede e disciplina l'imposta di soggiorno non può che condurre alla esclusione della possibilità di utilizzare, alla stregua di entrate afferenti alla fiscalità generale, l'imposta medesima, collegata, invece, ad impieghi vincolati.”;*

Dato atto:

- che all'art. 8 - *Controllo e Accertamento Imposta* - del sopra richiamato Regolamento comunale è previsto che *“alla data del 15 dicembre di ogni anno, il Settore Turismo dell'Ente fornisce informativa alle associazioni di categoria maggiormente rappresentative del settore, relazionando sul gettito generato dall'imposta di soggiorno, nonché sulle iniziative ed interventi finanziati con lo stesso”;*
- che, nel corso della riunione svoltasi, ai sensi del sopra citato Regolamento comunale, in data 14 dicembre 2018, le Associazioni di categoria, intervenute, hanno rappresentato, tra l'altro, la opportunità che tra le spese cui destinare il gettito 2019 dell'imposta di soggiorno fossero annoverate anche spese per la promozione del territorio al fine di accrescerne l'attrattività, favorendo la massima divulgazione del patrimonio naturale, storico, artistico e culturale materiale e immateriale (usi, costumi e tradizioni) del territorio;

Ritenuto, quindi, per quanto sopra detto, nonché anche al fine di corrispondere alle istanze rappresentate dalle Associazioni di categoria degli operatori soggetti all'Imposta di Soggiorno, di continuare a porre in essere, in correlazione con la istituita imposta, azioni volte alla promozione del territorio di riferimento e, nella specie, intendendo veicolare l'immagine della città nella sua complessiva offerta e tenuto conto che, attualmente, il mezzo più idoneo per rivolgersi, con immediatezza, alla più ampia platea possibile di pubblico risulta essere il web, al quale, ormai, il pubblico dedica il 95% del proprio tempo, leggendo ed utilizzando siti di notizie, blog, siti di interesse generale e social network, di provvedere alla realizzazione di una mirata campagna social marketing, su piattaforma facebook, con la finalità di accrescere l'attrattività turistica del territorio, nonché di far emergere potenzialità dello stesso ad oggi ancora inesprese;

Valutata, quindi, opportuna la realizzazione di una specifica campagna social marketing mirante ad enfatizzare le caratteristiche distintive del territorio castellanese, da realizzarsi a mezzo della piattaforma facebook, nel periodo dicembre/marzo, così da poter beneficiare degli esiti già in previsione del prossimo periodo di *alta stagione* (il cui avvio, per la città di Castellana Grotte, coincide con il periodo delle vacanze pasquali), rivolta ai mercati europei più importanti, per come evidenziati dalla Regione Puglia: la Francia, la Germania, il Regno Unito, la Polonia e la Russia e in particolare le città di Londra, Parigi, Berlino, Francoforte, Varsavia, Cracovia e Mosca, tutte collegate con la Puglia con voli aerei diretti, *i cui abitanti* (come dicono le statistiche regionali) *diversamente dagli italiani, abbinano volentieri l'entroterra alle località della costa, per concedersi una vacanza a contatto con la natura e in pieno relax;*

Ritenuto, quindi, in virtù dei risultati attesi in termini di potenziale sviluppo socio-economico della comunità di riferimento, affidare a ditta specializzata di primaria importanza e di comprovata esperienza la predisposizione e la realizzazione di una mirata campagna social marketing, sulla piattaforma facebook, intesa quale vettore di contenuti di qualità delle molteplici e varie peculiarità del territorio, determinando, sulla scorta di analoghi servizi disposti da altri enti, in complessi € 8.000,00 oltre IVA c.p.l. il costo massimo, soggetto a ribasso, per dare compiuto l'intervento in oggetto;

Documento firmato digitalmente

Dato Atto che il gettito 2019 dell'Imposta di Soggiorno finanzia il capitolo di spesa 922, epigrafo: *“Interventi nel campo turistico – prestazioni di servizio”*, del bilancio di previsione finanziario 2019/2021, annualità 2019, che presenta la necessaria disponibilità;

Visto il D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 riportante il riordino del Codice dei Contratti Pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2014/23/UE e 2014/24/UE e 2014/25/UE, come modificato dal D.lgs. 19 aprile 2017, n. 56 ed in particolare l'art. 36 che al comma 2, lett. a) prevede la possibilità, per servizi e forniture di importo inferiore ad euro 40.000,00, di affidamento diretto, anche senza previa consultazione di due o più operatori economici e dato atto che l'importo, stimato congruo posto a base di affidamento del servizio in oggetto, è ricompreso nel limite di cui al richiamato art. 36, comma 2, lett. a), del d. lgs. n. 50/2016;

Visto il D.L. n. 95 del 2012 (Spending Review) convertito con modificazioni dalla legge 135 del 2012 che prevede l'obbligo per le amministrazioni pubbliche di approvvigionarsi mediante le Convenzioni di cui all'art. 26, comma 1, della legge 488/1999, o gli altri strumenti messi a disposizione da Consip e dalle Centrali di Committenza Regionali;

Considerato che, in relazione al servizio in oggetto non sussistono convenzioni CONSIP e, pertanto, non trova applicazione l'obbligo di cui sopra;

Vista la vigente normativa che stabilisce che le amministrazioni pubbliche devono ricorrere al Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA), o ad altri Mercati elettronici istituiti, per tutti gli acquisti di beni e servizi, di importo superiore a euro 5.000,00 ed inferiore alla soglia di rilievo comunitario;

Verificato che in Me.PA. esiste la sezione *“Servizi di informazione - Comunicazione e Marketing”* e che all'interno sono presenti ditte di elevata e comprovata specializzazione che offrono servizi quali quelli di attuale interesse dell'Ente;

Preso Atto che nell'ambito del MePA per eseguire affidamenti, oltre all'ordine diretto ed alla richiesta di offerta, è stata prevista anche la possibilità di utilizzare una nuova procedura, denominata *“Trattativa Diretta”*;

Considerato che la trattativa diretta si configura come una modalità di negoziazione, semplificata rispetto alla tradizionale RDO, rivolta ad un unico operatore economico, in quanto, non dovendo garantire pluralità di partecipazione, non ne presenta le tipiche caratteristiche, tra cui le richieste formali come per esempio l'indicazione del criterio di aggiudicazione, l'invito ai fornitori, la gestione delle buste di offerta, le fasi di aggiudicazione e che, pertanto risponde a due fattispecie normative: 1) affidamento diretto, con procedura negoziata ai sensi dell'art.36 comma 2, lettera a) del D.Lgs n. 50/2016 e s.m.i.; 2) procedura negoziata senza previa comunicazione del bando, con un solo operatore economico, ai sensi dell'art. 63 – D.Lgs n. 50/2016;

Ritenuto opportuno, per quanto sopra esposto, procedere, per la realizzazione di quanto in oggetto, all'attivazione di negoziazione del prezzo attraverso procedura di trattativa diretta su piattaforma MePA, ponendo, a base della stessa il Capitolato Speciale, in atti, nonché l'importo massimo di affidamento, stimato congruo anche in relazione alle caratteristiche del servizio, di € 8.000,00 oltre IVA c.p.l.;

Ritenuto altresì, di dover approvare il Capitolato d'Appalto, in atti, riportante le modalità di esecuzione del servizio che si intende affidare;

Precisato, ai sensi dell'art. 192 del d.lgs. n. 267/2000, applicabile in via analogica, che:

- il contratto ha per oggetto l'affidamento del *“servizio di predisposizione e realizzazione di campagna social marketing per la promozione del territorio e del patrimonio culturale materiale e immateriale della città”* a mezzo web sulla piattaforma facebook, finalizzato alla valorizzazione e alla promozione delle peculiarità del territorio castellanese;
- la scelta del contraente viene effettuata ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016, mediante attivazione di negoziazione del prezzo attraverso procedura di trattativa diretta su piattaforma MePA, ponendo, a base della stessa il Capitolato Speciale, in atti, nonché l'importo massimo di affidamento, soggetto a ribasso, di € 8.000,00 oltre IVA c.p.l.,

Dato Atto che per le aziende presenti con proprio catalogo sul portale *“Acquistinretepa.it”*, dedicato agli acquisti della P.A. (piattaforma MePA) della Consip S.p.a., la fase di verifica del possesso dei requisiti, come richiesti per legge, si intende esperita in sede di iscrizione al predetto portale e che questo Ente procederà esclusivamente alle verifiche obbligatoriamente previste dalle Linee Guide dell'ANAC n. 4 del 26 ottobre 2016, come da ultimo modificate con deliberazione n. 636 del 10 luglio 2019;

Visto il D.lgs. 18.8.2000, n. 267 *“Testo Unico delle Leggi sull'Ordinamento degli Enti Locali”*;

Visto l'art. 147-bis, c.1 del D.Lgs. 18.08.2000, n. 267, di regolarità e correttezza dell'azione amministrativa;

Visto il vigente Statuto Comunale;

Attesa la competenza della scrivente ad adottare Atti e provvedimenti che impegnano l'Ente, giusta quanto nel Provvedimento Sindacale n. 7025 in data 20 maggio 2019, di nomina quale *“Responsabile del Settore III”*;

DETERMINA

1. **Di richiamare** le premesse quali facenti parte integrante e sostanziale del presente dispositivo;
2. **Di affidare**, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lett. a), del D.Lgs. n. 50/2016, a ditta specializzata, il servizio di *predisposizione e realizzazione di campagna social marketing per la promozione del territorio e del patrimonio culturale materiale e immateriale della città*", mediante attivazione di negoziazione del prezzo, attraverso procedura di trattativa diretta su piattaforma MePA, ponendo, a base della stessa il Capitolato Speciale, in atti, nonché l'importo massimo di affidamento, soggetto a ribasso, di € 8.000,00 oltre IVA c.p.l.,
3. **Di approvare** il Capitolato d'Appalto, in atti, disciplinante l'affidamento del "*Servizio di predisposizione e realizzazione di campagna social marketing per la promozione del territorio e del patrimonio culturale materiale e immateriale della città*", finalizzato alla valorizzazione e promozione delle peculiarità del territorio di riferimento;
4. **Di quantificare** il valore dell'appalto in complessivi € 8.000,00 oltre IVA c.p.l.;
5. **Di prenotare** la spesa complessiva riveniente dall'adozione del presente atto, pari ad € 9.760,00 IVA compresa c.p.l., al cap. PEG 922, epigrafato: "*Interventi nel campo turistico – prestazioni di servizio*", del bilancio di previsione finanziario 2019/2021, annualità 2019
6. **Di precisare**, sin da ora, che:
 - la ditta affidataria dovrà assumere tutti gli obblighi di tracciabilità dei flussi finanziari di cui alla l. n. 136/2010, con l'impegno a comunicare ogni modifica relativa ai dati trasmessi;
 - questo Ente procederà alle verifiche, in capo all'affidatario, obbligatoriamente previste dalle Linee Guide dell'ANAC n. 4 del 26 ottobre 2016, come da ultimo modificate con deliberazione n. 636 del 10 luglio 2019 e che, in sede di contratto, sarà prevista un'espressa clausola risolutiva (ovvero una penale da irrogarsi) in caso di esito negativo dei controlli, ferme ulteriori sanzioni e segnalazioni.
1. **Di dare atto** che non sussistono in capo al Responsabile del Settore, nonché Responsabile del procedimento, conflitti di interesse, anche potenziali rispetto alla fattispecie in argomento, ai sensi dell'art. 6 bis della Legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni ed integrazioni;
2. **Di dare atto**, infine, che il presente provvedimento sarà soggetto agli obblighi di trasparenza e quindi di pubblicazione nella Sezione Amministrazione Trasparente, secondo termini e modalità di cui alla vigente normativa in materia.

Il presente atto viene trasmesso alla Segreteria per la raccolta ufficiale e per la pubblicazione all'Albo Pretorio on line del sito istituzionale del Comune di Castellana Grotte consultabile all'indirizzo web www.comune.castellanagrotte.ba.it/, dopo la sottoscrizione dello stesso da parte del Responsabile del Settore Finanziario ai sensi dell'art. 153 co.5 del D.Lgs n. 267/2000.

Il Responsabile dell'istruttoria

Maria Teresa Impedovo

Il Responsabile del Settore
Maria Teresa Impedovo

Documento informatico firmato digitalmente ai sensi del T.U. 445/2000 e del D.Lgs 82/2005 e rispettive norme collegate, il quale sostituisce il documento cartaceo e la firma autografa; il documento informatico e' memorizzato digitalmente ed e' rintracciabile sul sito internet per il periodo della pubblicazione.

L'accesso agli atti viene garantito tramite gli uffici comunali ed i singoli responsabili del procedimento al quale l'atto si riferisce, ai sensi e con le modalità di cui alla L. 241/90, come modificata dalla L. 15/2005, nonché al regolamento per l'accesso agli atti del Comune di Castellana Grotte

Documento firmato digitalmente

