



*REGOLAMENTO (UE) 1303/2013 Capo II, Art.li 32-35 REGOLAMENTO (UE) 508/2014 Capo III, sez. 2, art.li 58 - 64·P.O. FEAMP 2014/2020 PRIORITA' N. 4 (OT 8)  
"Sviluppo locale di tipo partecipativo" "Community Lead Local Development (CLLD)"*

**FLAG COSTA DEI TRABOCCHI  
AZIONE 1.A.4 IL MERCATO DEL MARE - RETE DEI PESCATORI A MIGLIO 0 –  
AZIONI DI MARKETING DELLA FILIERA BREVE IN RETE  
PROGETTO "LE STAGIONI DEL MARE. DALLA RETE AL PIATTO" –  
EDIZIONE AUTUNNO 2018  
DETERMINA AGGIUDICAZIONE**

**CONSIDERATO**

- che la Regione Abruzzo in data 30/06/2016 ha indetto un Avviso pubblico finalizzato alla selezione delle strategie CLLD (Community Led Local Development) e dei Gruppi di Azione Locale nel Settore della Pesca (FLAGS) dei territori costieri della Regione Abruzzo e al conferimento delle relative risorse pubbliche di cui al Reg. (UE) 508/2014 Capo III artt. 58-64 e relativo alla priorità n. 4 (OT 8) del P.O. FEAMP 2014/2020;
- che in data 06/09/2016 si è costituito il FLAG Costa dei Trabocchi già GAC Costa dei Trabocchi;
- che il FLAG Costa dei Trabocchi in data 09/09/2016 ha presentato la propria candidatura, proponendo la Strategia di Sviluppo Locale;
- che con determinazione n. DP027/74 del 26/10/2016 è stata pubblicata la graduatoria di merito dei FLAGS con relativa ammissione e idoneità del FLAG Costa dei Trabocchi;
- che in data 30.05.2017 il Consiglio d'Amministrazione del FLAG Costa dei Trabocchi ha approvato il proprio "Regolamento interno delle attività";
- che tra la Regione Abruzzo - Dipartimento Politiche dello Sviluppo Rurale e della Pesca - Servizio Politiche di sostegno all'economia ittica - e il FLAG Costa dei Trabocchi, in data 27 luglio 2017, è stata firmata apposita convenzione, ove sono individuati i reciproci compiti ed oneri;

**VISTO** il Piano di Azione definitivo del FLAG Costa dei Trabocchi e, in particolare, l'Azione 1.A.4 *Il mercato del mare - Rete dei pescatori a Miglio 0 – Azioni di marketing della filiera breve in rete*, che prevede il sostegno ad investimenti finalizzati a sviluppare azioni di marketing realizzate in rete dagli operatori della pesca, attraverso interventi per:

- Sostenere azioni di comunicazione volte alla promozione di prodotti ittici a miglio 0 in favore di aziende in rete;
- Promuovere il territorio in relazione alle risorse del mare anche attraverso la realizzazione di eventi;
- Supportare tecnicamente reti di pescatori nell'implementazione di attività di vendita diretta nella sperimentazione di progetti di filiera.



**PRESO ATTO** che con determinazione del 18 giugno 2018 si è provveduto ad approvare il progetto esecutivo denominato “Le stagioni del mare. Dalla rete al piatto” a valere sull’Azione 1.A.4 *Il mercato del mare - Rete dei pescatori a Miglio 0 – Azioni di marketing della filiera breve in rete* del Piano di azione definitivo del FLAG, precisando che le caratteristiche essenziali del servizio sono le seguenti:

- Organizzazione di **4 settimane, una per ogni stagione, dedicate alla valorizzazione del pescato della Costa dei Trabocchi**. In detti periodi i ristoranti aderenti all’iniziativa proporranno ricette a base di pesce locale di stagione valorizzando le ricette della tradizione marinara. I menù concordati saranno proposti a prezzi consigliati;
- **Brevi interventi “didattici”** previsti nel corso degli eventi per illustrare ai consumatori le principali caratteristiche delle ricette proposte e, in generale, dei piatti della tradizione marinara, le particolarità del pescato locale, la stagionalità dei prodotti, le proprietà nutrizionali. Saranno coinvolti in quest’opera di divulgazione anche i **pescatori della Costa dei Trabocchi** che avranno così occasione di “raccontare” storie di mare, di pesca, di natura, di alimentazione;
- **Piano di comunicazione** finalizzato ad assicurare un’adeguata diffusione delle informazioni sulla manifestazione. Allo scopo, si prevede la realizzazione di messaggi promozionali attraverso i *mass media* locali (stampa, televisioni, *web*) e di materiali informativi su supporto cartaceo. Particolare cura sarà dedicata alla produzione e diffusione di comunicati stampa e ai contatti con singoli giornalisti affinché sia dato il giusto risalto all’iniziativa. La strategia comunicativa porrà attenzione a mettere in relazione la valorizzazione della pesca sostenibile e delle tradizioni enogastronomiche con il più complessivo lavoro in corso per l’accreditamento del brand Costa dei Trabocchi;
- Partecipazione indicativa: 25 ristoratori della provincia di Chieti
- Tempi di realizzazione: 12 mesi
- Budget: 41.900 euro, IVA esclusa;

**EVIDENZIATO** che in data 20 giugno è stato trasmesso il citato progetto esecutivo al Dipartimento Politiche dello Sviluppo Rurale e della Pesca – Servizio Politiche di sostegno all’Economia Ittica della Regione Abruzzo;

**CONSIDERATO** che l’edizione autunnale è stata programmata per il periodo 24 settembre/7 ottobre 2018;

**VISTA** la necessità di procedere con la massima urgenza all’acquisizione delle seguenti categorie di forniture di servizi:

- Realizzazione e messa in onda di servizi televisivi;
- Aggiornamento della grafica relativa alla campagna di comunicazione e gestione della comunicazione sui social;
- Stampa e affissione di manifesti;

#### **RICHIAMATI**

- il D.Lgs. n. 50/2016 e ss.mm.ii.;
- l’art. 32 del citato Decreto Legislativo che disciplina le diverse fasi delle procedure di affidamento;
- l’art. 36 del citato Decreto Legislativo che disciplina l’affidamento e l’esecuzione di lavori, servizi e forniture di importo inferiore a 40.000,00 euro tramite affidamento diretto;



- il D.Lgs. 19 aprile 2017, n. 56 che ha modificato alcune disposizioni relative agli affidamenti di lavori, servizi e forniture di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria;
- le Linee Guida n. 4 emanate dall’Autorità Nazionale Anticorruzione, di attuazione del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, recanti “Procedure per l’affidamento dei contratti pubblici di importo inferiore alle soglie di rilevanza comunitaria, indagini di mercato e formazione e gestione degli elenchi di operatori economici”, riviste a seguito dell’approvazione del citato D.Lgs. 56/2017;

**RITENUTO** di dover procedere all’affidamento diretto dei citati servizi, anche senza previa consultazione di due o più operatori economici, in applicazione di quanto previsto dall’articolo 36 del citato D.Lgs. n. 50/2016 così come modificato dal D.Lgs. 19 aprile 2017, n. 56, in considerazione della necessità di dare continuità alle forniture già acquisite nell’edizione estiva del progetto “Le stagioni del mare. Dalla rete al piatto”, garantendo omogeneità ed economicità delle prestazioni;

**ACQUISITI** i seguenti preventivi di spesa:

Fornitore	Tipologia di prestazione	Data	Importo netto
Telex – Gruppo Air srl	Servizi televisivi (servizio + 1 replica)	11.06.2018	1.000,00
Tvsei – Mediasix srl	Servizi televisivi (servizio + 4 repliche)	18.06.2018	1.000,00
A. Manzoni spA	Servizi televisivi (servizio + 1 replica)	18.06.2018	900,00
Luros Media srl	Stampa e affissione manifesti	1.09.2018	2.130,00
Lamonaca Lara	Grafica	6.09.2018	1.210,00

## DETERMINA

per le motivazioni indicate in premessa:

1. di realizzare la campagna di comunicazione dell’edizione autunnale del progetto “Le Stagioni del Mare”, che avrà luogo dal 24 settembre al 7 ottobre 2018 in oltre 20 ristoranti di cucina marinara della Provincia di Chieti, avvalendosi delle seguenti prestazioni professionali:
  - aggiornamento della linea grafica dell’iniziativa e di tutte le applicazioni nei diversi materiali di comunicazione (manifesti, sito internet, locandine, ecc.) e gestione della campagna di comunicazione sui principali social network;
  - realizzazione di servizi televisivi da mettere in onda sulle principali emittenti locali, selezionate con particolare riferimento ai dati di ascolto della provincia di Chieti;
  - stampa e affissione di manifesti 600x300 e, laddove non ne sia possibile l’affissione, di manifesti 100x140 in tutti i Comuni della Costa teatina, nelle principali città della provincia e nella città di Pescara;
2. di aggiudicare l’aggiornamento della linea grafica dell’iniziativa e di tutte le applicazioni nei diversi materiali di comunicazione (manifesti, sito internet, locandine, ecc.) nonché la gestione della campagna di comunicazione sui principali social network a LARA LAMONACA, Via Sanguinetto 27,



- 66010 Torrevecchia Teatina (CH), C.F. LMN LRA 84S46 C632E P. IVA 02514080692, giusto preventivo del 6.09.2018 per un importo di € 1.210 oltre IVA;
3. di aggiudicare la realizzazione di servizi televisivi da mettere in onda sulle principali emittenti locali, al fine di assicurare l'efficacia del messaggio comunicativo e la piena copertura del territorio della Provincia di Chieti, alle seguenti emittenti televisive:
    - Telex – Gruppo Air srl, Via Giulio Cesare 47, 00192 ROMA, CF 01227130661 P. IVA 06464831004, giusto preventivo dell'11 giugno 2018 per un importo di € 1.000,00 oltre IVA;
    - Tvsei – Mediasix srl – Strada Statale Nord 26, 64028 SILVI (TE), P.IVA 01899410672, giusto preventivo del 18 giugno 2018 per un importo di € 1.000,00 oltre IVA;
    - A. Manzoni SpA (Rete8), Via Nervesa 21, 20139 MILANO, CF/P.IVA 04705810150, giusto preventivo del 18 giugno 2018 per un importo di € 900,00 oltre IVA;
  4. di aggiudicare la stampa e l'affissione di manifesti 600x300 e, laddove non ne sia possibile l'affissione, di manifesti 100x140 in tutti i Comuni della Costa teatina, nelle principali città della provincia e nella città di Pescara, alla ditta LUROS MEDIA srl con sede in Via dei Tribunali 30, 66034 LANCIANO (CH) CF/P.IVA 01895940680, giusto preventivo del 6 giugno 2018 per un importo di € 2.130,00 oltre IVA;
  5. di impegnare la somma complessiva di € 7.500,00, che trova disponibilità nelle risorse destinate all'Azione 1.A.4, come si evince dalla relativa Scheda del Piano di Azione definitivo;
  6. di disporre la pubblicazione del presente provvedimento nella sezione Trasparenza – Lavori forniture e servizi del sito istituzionale del FLAG Costa dei Trabocchi.

Chieti, 11 settembre 2018

Valerio Roberto Cavallucci