DETERMINA A CONTRARRE – Prot. N. 2022/1364/S
ex art. 32 comma 5 d.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50

*

Procedura per l'affidamento diretto, *ex* art. 63 comma 2 lett. b) numero 2 del d.lgs. 18 aprile 2016 n. 50 e art. 1 comma 2 lettera a) del D.L. 16 luglio 2020, n. 76,
dell'Appalto per l'erogazione del

Servizio di attivazione di campagne advertising su Google e Facebook per Visit Tuscany
Codice commessa: PROG/122
Esercizio dell'opzione di rinnovo del rapporto contrattuale

*

Il Direttore della Fondazione Sistema Toscana
Francesco Palumbo

- CONSIDERATO che Fondazione Sistema Toscana (di seguito anche solo FST) è una fondazione di diritto privato che opera in regime di *in house providing* ai sensi della legge regionale 9 agosto 2016, n. 59;
- VISTI i contenuti del d.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, Codice dei contratti pubblici;
- CONSIDERATO che per far fronte ai propri fabbisogni di forniture di beni e servizi FST opera nel rispetto del Codice;
- LETTO il d.lgs. 18 aprile 2016 n. 50 e in particolare l'art. 63 comma 2 lett. b) numero 2 (ossia la procedura di gara negoziata senza previa pubblicazione di bando con un solo operatore) nonché l'art. 1 comma 2 lettera a) del D.L. 16 luglio 2020, n. 76 (articolo, quest'ultimo, che disciplina gli affidamenti in via diretta di lavori, servizi e forniture per importi inferiori alle soglie ivi indicate);
- VISTE le Direttive UE 23, 24, 25 del 26 febbraio 2014 e tenuto conto dei principi generali in materia di affidamento di contratti pubblici;
- PREMESSO che la legge regionale 4 marzo 2016, n. 22 disciplina il sistema regionale della promozione economica e turistica, abroga la legge regionale n. 28/1997 e prevede che la Regione, in coerenza con la legge regionale n. 1/2015, definisca le strategie di intervento in materia di promozione economica e turistica e, infine, individua Toscana Promozione Turistica (di seguito anche solo TPT) competente per la realizzazione delle attività di promozione turistica e FST per la realizzazione della promozione dell'immagine complessiva delle risorse produttive e turistiche;
- PREMESSO ancora che Regione Toscana in attuazione della citata legge regionale n. 22/2016 adotta un approccio sistemico al tema della promozione turistica sul web attraverso la realizzazione di progetti speciali finalizzati a valorizzare le risorse turistiche di tutto il territorio e una gestione coordinata e congiunta delle attività in questione risponde all'esigenza di una migliore e più efficiente integrazione tra le attività dei due enti sui temi di intervento e persegue il più ampio interesse pubblico di supportare il governo regionale nelle attività integrate di promozione e comunicazione turistica;
- PREMESSO inoltre che FST, come da legge regionale n. 61/2018 art. 2 c. 2, svolge attività istituzionale continuativa per la promozione dell'integrazione fra offerta culturale e offerta turistica, e in particolare la gestione e lo sviluppo del sistema digitale turistico regionale in collaborazione con le azioni di Toscana Promozione Turistica e che la suddetta tipologia di interventi rientra nel Programma di Attività 2020 di FST, approvato con DGRT n. 560 del 4 maggio 2020;
- PREMESSO ancora che a seguito dei decreti di Toscana Promozione Turistica n. 47/2020, n. 82/2020 e n.104/2020 sono state stipulate due convenzioni fra FST e TPT aventi per oggetto lo sviluppo della Campagna di brand "Toscana rinascimento senza fine", che approvano la realizzazione di attività di digital marketing finalizzate al posizionamento del brand toscano e delle sue risorse, attivando a partire dalla primavera del 2020 una campagna multi-soggetto di promozione della destinazione finalizzata a migliorare la visibilità e l'associazione della Toscana come destinazione contemporanea nella percezione della domanda media on-line e on-paper, e a supportare gli operatori pubblici e privati del

settore con un'intensa attività di comunicazione promozionale dedicata alla destinazione, ai suoi territori e all'offerta turistica, orientata ai nuovi bisogni della domanda nazionale ed internazionale;

- CONSIDERATA la nuova Convenzione del 23 dicembre 2020 siglata tra FST e TPT, con la quale si conferma l'interesse reciproco delle parti di realizzare in stretta sinergia le attività necessarie al raggiungimento degli obiettivi previsti dalla suddetta una campagna promozionale, che nelle sue premesse riporta quanto segue:
    - *che è opportuno che tale campagna promozionale prosegua in previsione del momento della ripartenza dei flussi e che promuova la destinazione in maniera sinergica con mediamix off e online che generino sentiment verso la destinazione e traffico verso il sito turismo al fine di potenziarne la visibilità e raggiungere un target più ampio possibile;*
    - *[…]*
    - *che, per poter promuovere la destinazione turistica ed accompagnare la ripartenza dei mercati nel periodo post-covid 19, si rende necessario il potenziamento della campagna di branding iniziata nel 2020 sul mercato nazionale ed in particolare sui mercati internazionali al momento della riapertura e della ripresa dei flussi turistici per l'accompagnamento delle destinazioni territoriali e dei prodotti turistici attraverso il potenziamento di attività di marketing digitale e di promozione dell'offerta turistica attraverso il sito di destinazione toscano*
- CONSIDERATO che detta Convenzione prevedeva il trasferimento da TPT a FST del corrispettivo pari a € 1.500.000,00 (euro un milione e cinquecentomila/00);
- RITENUTO pertanto necessario proseguire la suddetta campagna promozionale, lo sviluppo dei contenuti e degli strumenti del sito visittuscany attraverso un'attività di marketing digitale, il tutto proiettato alla valorizzazione dell'offerta territoriale e dei prodotti turistici toscani;
- CONSIDERATA l'integrazione alla Convezione datata 15 marzo 2021 che prevede l'incremento dell'importo che verrà trasferito da TPT a FST di € 570.000,00 (euro cinquecentosettantamila/00) raggiungendo quindi l'ammontare complessivo pari a € 2.070.000,00 (euro due milioni e settantamila/00);
- LETTA la relazione, compilata e sottoscritta dalla Responsabile dell'Ufficio Comunicazione di Fondazione Sistema Toscana, Costanza Giovannini, datata 15 febbraio 2021, che giustifica e dettaglia la scelta degli Operatori economici **Google Ireland Limited** (P.IVA: IE6388047V) e **Facebook Ireland Limited** (P.IVA: IE9692928F) per veicolare l'attività promozionale richiesta, per l'indubbia posizione di monopolio delle suddette compagnie tecnologiche e l'assenza di alternative valide, considerati gli obiettivi della campagna e i risultati attesi, la capacità di raggiungere un target profilato di utenti in maniera efficace e granulare, la possibilità e versatilità di integrazione con le attuali piattaforme dell'ecosistema digitale per la promozione del turismo in Toscana;
- PREMESSO altresì che - all'esito di apposita e formale autorizzazione rilasciata dal proprio Consiglio di Amministrazione nella seduta n. 152 del 23 febbraio scorso – questa Fondazione adottava in data 6 maggio scorso la Determina a contrarre (numero di protocollo 2021/590/S) con la quale, nel rispetto della procedura descritta dall'articolo 63 comma 2 lett. b) numero 2 del d.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50, erano affidati i due contratti, alla Google Ireland Limited e alla Facebook Ireland Limited, per l'erogazione, rispettivamente, del Servizio di attivazione di campagne advertising su Google per Visit Tuscany (identificato dal CIG: 87364499C7) e del Servizio di attivazione di campagne advertising su Facebook per Visit Tuscany (identificato dal CIG: 873636761D);
- PREMESSO ancora che il corrispettivo per il Servizio di attivazione di campagne advertising su Google per Visit Tuscany (CIG: 87364499C7) ammonta a € 245.000,00 (euro duecentoquarantacinquemila/00) oltre IVA e contempla altresì un'opzione di rinnovo che questa Committente è legittimata a esercitare entro il termine del 31 dicembre prossimo e che l'esercizio di tale opzione consente di estendere la durata del servizio oltre tale termine e fino all'esaurirsi dell'ulteriore ammontare del corrispettivo pari a € 123.000,00 (euro centoventitremila/00) oltre IVA;
- PREMESSO ancora che, specularmente, il corrispettivo per il Servizio di attivazione di campagne advertising su Facebook per Visit Tuscany (CIG: 873636761D) ammonta a € 123.000,00 (euro centoventitremila/00) oltre IVA e contempla altresì un'opzione di rinnovo che questa Committente è

legittimata a esercitare entro il termine del 31 dicembre prossimo e che l'esercizio di tale opzione consente di estendere la durata del servizio oltre tale termine e fino all'esaurirsi dell'ulteriore ammontare del corrispettivo pari a € 123.000,00 (euro centoventitremila/00) oltre IVA;

- PREMESSO che con Determina del direttore del 16/12/2021 veniva esercitata la summenzionata opzione di rinnovo contemplata dai contratti, rispettivamente uno intestato alla Google Ireland Limited **per il Servizio di attivazione di campagne advertising su Google per Visit Tuscany (CIG: 87364499C7)** e l'altro intestato alla Facebook Ireland Limited **per il Servizio di attivazione di campagne advertising su Facebook per Visit Tuscany (CIG: 873636761D)**, impiegando per alla Google Ireland Limited ulteriori € 2.000,00 (euro duemila/00) oltre IVA per l'acquisto di spazi pubblicitari sulla piattaforma Google Ads per la promozione della versione francese di visittuscany.com, aggiornando l'ammontare finale a € 247.000,00 oltre IVA, e per Facebook Ireland Limited € 8.000,00 (euro ottomila/00) oltre IVA per l'acquisto di spazi pubblicitari sulla piattaforma Facebook Business Manager per la promozione della versione francese di visittuscany.com, aggiornando l'ammontare finale a € 131.000,00 oltre IVA estendendo altresì la durata dei medesimi rapporti oltre l'originario termine del 31 dicembre 2022;

TOTTO CIO' PREMESSO E CONSIDERATO
DETERMINA

- **di esercitare la summenzionata opzione di rinnovo** contemplata dal contratto (intestato alla Google Ireland Limited) **per il Servizio di attivazione di campagne advertising su Google per Visit Tuscany (CIG: 87364499C7)**, **di impiegare** - delle risorse ipoteticamente destinate al rinnovo di tale rapporto obbligatorio - **€ 110.000,00 (euro centodiecimila/00) oltre IVA per l'acquisto di spazi pubblicitari sulla piattaforma Google Ads per la promozione della versione francese di visittuscany.com** e **di estendere** pertanto **la durata del medesimo rapporto obbligatorio oltre l'originario termine del 31 dicembre prossimo** e sino all'esaurirsi di tale ultimo di € 110.000,00 oltre IVA, fatto salvo il futuro, eventuale, ripetuto esercizio della medesima opzione di rinnovo;
- **di esercitare la summenzionata opzione di rinnovo** contemplata dal contratto (intestato alla Facebook Ireland Limited) **per il Servizio di attivazione di campagne advertising su Facebook per Visit Tuscany (CIG: 873636761D)**, **di impiegare** – delle risorse ipoteticamente destinate al rinnovo di tale rapporto obbligatorio - **€ 80.000,00 (euro ottantamila/00) oltre IVA per l'acquisto di spazi pubblicitari sulla piattaforma Facebook Business Manager per la promozione della versione francese di visittuscany.com** e **di estendere** pertanto **la durata del medesimo rapporto obbligatorio oltre l'originario termine del 31 dicembre pr**ossimo e sino all'esaurirsi di tale ultimo di € 80.000,00 oltre IVA, fatto salvo il futuro, eventuale, ripetuto esercizio della medesima opzione di rinnovo;
- Provvedano il RUP e il personale aziendale alle necessarie incombenze.

Firenze, 27 ottobre 2022

Il Direttore
Francesco Palumbo
Firmato digitalmente