



UNIVERSITÀ DI SIENA 1240

Ufficio Organi Collegiali

**Consiglio di amministrazione del 26 marzo 2021**

Classificazione: II/7

Struttura proponente: Divisione appalti, convenzioni e patrimonio

Soggetto richiedente: Divisione appalti, convenzioni e patrimonio

N. ordine del giorno: **12.11**

Argomento: Contratti, convenzioni

**Oggetto: Procedura di affidamento della concessione della gestione del marchio dell'Ateneo in riferimento ai prodotti di merchandising**

Il Presidente, verificata la sussistenza dei requisiti per la validità dell'adunanza previsti dall'articolo 4 del *Regolamento generale di Ateneo*, invita il Consiglio a deliberare.

Il Consiglio di Amministrazione nella seguente composizione ristretta, così come previsto dal comma 4 dell'art. 10 della Legge 240/2010:

	F	C	Ast	Ag	Ass		F	C	Ast	Ag	Ass
Prof. Francesco FRATI	X					Dott.ssa Rosanna ZARI				X	
Prof. Costanza CONSOLANDI	X					Prof. Giuliano VOLPE	X				
Prof. Paola PALMITESTA	X					Dott. Vittorio INNOCENTI	X				
Prof.ssa Alessandra VIVIANI	X					Sig. Antonio Federico BARBANO	X				
Prof. Alessandro ROSSI	X					Sig. Giuseppe CELETTI	X				
Dott. Lorenzo COSTA	X										

*(Legenda: F = favorevole, C = contrario, Ast = astenuto, Ag= assente giustificato, Ass = assente)*

- considerato che già nell'anno 2016 è stata espletata una prima procedura concorrenziale per l'affidamento della concessione del marchio di Ateneo in riferimento ai prodotti di merchandising, al fine di aumentare la capacità attrattiva dell'Università di Siena e sviluppare lo spirito di appartenenza e di identità collettiva attraverso la diffusione di prodotti (cancelleria, abbigliamento, gadget, etc.) che promuovessero in tutta la comunità accademica, ma anche nei confronti dei cittadini e dei turisti, l'immagine e il brand dell'Università;

- rilevato che l'affidamento sopra richiamato prevedeva - oltre alla concessione dell'uso commerciale del marchio con riferimento ai prodotti di merchandising a fronte di una percentuale sul relativo fatturato che il concessionario avrebbe corrisposto all'Ateneo - anche la definizione di un accordo quadro cui le varie strutture universitarie avrebbero potuto far ricorso, usufruendo di un tariffario dedicato, per l'acquisto di prodotti personalizzati per le esigenze relative essenzialmente alle attività di public engagement (convegni, eventi, etc.);

- considerato che, all'esito della procedura concorrenziale sopra richiamata, è risultato aggiudicatario della concessione l'operatore economico Busini s.r.l., con il quale è stato stipulato il relativo contratto;



UNIVERSITÀ DI SIENA 1240

*Ufficio Organi Collegiali*

- preso atto che il suddetto contratto è ormai giunto a scadenza;
- considerato che il suddetto accordo quadro per la fornitura di prodotti con il logo dell'Università ha avuto positivo accoglimento presso le strutture universitarie, registrando fino all'anno 2019 un volume di acquisizioni pari a € 60.000,00/anno, oltre oneri fiscali, sia da parte dei Dipartimenti che da parte delle strutture centrali dedicate all'organizzazione di eventi e di public engagement;
- considerato che l'Ateneo tuttora non possiede le risorse adeguate a gestire direttamente l'attività di produzione e commercializzazione del proprio merchandising, sia per la complessità logistica dell'attività che per la discontinuità dell'andamento dei consumi;
- considerato che per le motivazioni sopra esposte è emersa la convenienza di ripetere la procedura concorrenziale per la concessione della gestione del merchandising nei medesimi termini precedenti, pertanto a fronte di una percentuale sul relativo fatturato che il concessionario corrisponderà all'Ateneo e, altresì, a fronte di specifiche condizioni di favore per l'acquisto di prodotti di merchandising da parte delle strutture dell'Università di Siena;
- visto il Regolamento generale di Ateneo, emanato con D.R. n. 1201 del 5 settembre 2016, con particolare riferimento all'art. 31 "logo di Ateneo e patrocinio"
- visto il Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. "Codice dei contratti pubblici", con particolare riferimento all'art. 3, co. 1, lett. vv) "concessione di servizi" che descrive la concessione come il contratto con cui una stazione appaltante affida ad un operatore economico la fornitura e la gestione di un servizio, riconoscendo a quest'ultimo, a titolo di corrispettivo, unicamente il diritto di gestire quel servizio, con assunzione in capo al concessionario stesso del rischio operativo legato alla gestione;
- visto il Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. "Codice dei contratti pubblici", con particolare riferimento all'art. 54, che disciplina le fattispecie degli accordi quadro, con la specifica che tale tipologia contrattuale non possa superare la durata di quattro anni;
- ritenuto di affidare la concessione e l'accordo quadro sopra richiamato per la durata di un anno, prevedendo la possibilità di due rinnovi, ognuno per un ulteriore anno, e prevedendo altresì la possibilità di ricorrere a una proroga tecnica semestrale per espletare – alla scadenza contrattuale - le procedure concorrenziali necessarie per addivenire a un nuovo contratto;
- rilevato pertanto che il valore massimo dell'affidamento ammonta a € 210.000,00, oltre oneri fiscali;
- visto il decreto legge 16 luglio 2020, n. 76, convertito con modificazioni con la legge 11 settembre 2020, n. 120 "Misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitale", con particolare riferimento all'art. 1, co. 2, lett. b) che, per gli affidamenti di valore superiore a € 75.000,00, oltre oneri fiscali, fino alle soglie comunitarie, prevede sia espletata una procedura negoziata senza bando, di cui all'art. 63 del d.lgs. 50/2016, previa consultazione di almeno cinque operatori economici;
- ritenuto, quanto all'esame delle offerte, di dover valutare, oltre alle condizioni economiche, anche la qualità dei prodotti e le modalità di gestione del logo di Ateneo per il merchandising e quindi di individuare quale criterio di aggiudicazione quello dell'offerta economicamente più vantaggiosa;
- viste le Linee Guida n. 4, così come aggiornate dal Consiglio dell'Autorità Nazionale Anticorruzione con delibera n. 206 del 1° marzo 2018 relative alle "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



UNIVERSITÀ DI SIENA 1240

Ufficio Organi Collegiali

operatori economici”, con particolare riferimento al punto 5.1.4 in cui è prevista la pubblicazione sul profilo del committente di un avviso finalizzato a individuare gli Operatori economici interessati all’affidamento pubblico;

- ritenuto di non suddividere l’affidamento in lotti, in modo da avere un unico soggetto esterno gestore del logo di Ateneo per le attività di merchandising;

- visto il Decreto Legislativo 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i. con particolare riferimento al combinato disposto degli artt. 40, co. 2 e 52, che stabilisce che a far data dal 18 ottobre 2018 le comunicazioni e gli scambi di informazioni, nell’ambito delle procedure di cui al codice stesso svolte dalle stazioni appaltanti, siano eseguiti utilizzando mezzi di comunicazione elettronici, secondo le specifiche tecniche ivi descritte;

- dato atto che, in ottemperanza al predetto obbligo di uso di mezzi di comunicazione elettronica nell’esperimento di tutte le fasi delle procedure di scelta del privato contraente, l’Università degli Studi di Siena si è dotata di una piattaforma elettronica denominata “U-Buy”;

- vista la programmazione biennale delle acquisizioni di forniture e di servizi per gli anni 2021-2022 dell’Università di Siena, approvata con delibera del Consiglio di Amministrazione n. 242/20 del 23 ottobre 2020 (prot. 180984/X-4), che contempla la concessione del marchio di Ateneo e del servizio di merchandising e che ha individuato il dott. Fabio Semplici, nella qualità di responsabile della Divisione appalti, convenzioni e patrimonio, quale responsabile unico del procedimento per le acquisizioni di servizi e forniture di interesse generale, ai sensi dell’art. 31 del D.lgs. 50/2016 e s.m.i.;

- vista la relazione del responsabile unico del procedimento;

#### **delibera**

1. di autorizzare, ai sensi dell’art. 1, co., 2, lett. b) del D.L. 76/2020, convertito con la L. 120/2020, l’espletamento di una procedura negoziata, mediante pubblicazione di avviso sul profilo del committente dell’Università di Siena, per la concessione della gestione del marchio dell’Ateneo in riferimento ai prodotti di merchandising e per l’affidamento di un connesso accordo quadro relativo ai prodotti personalizzati con il logo dell’Ateneo, di durata annuale, rinnovabile per due volte, ciascuna per un ulteriore anno, per un totale quindi di 3 anni al massimo e salva la possibilità di ricorrere a una proroga tecnica semestrale;

2. di aggiudicare l’affidamento sulla base del criterio dell’offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, assegnando 30 punti all’offerta economica e 70 punti all’offerta tecnica, secondo i seguenti parametri:

<b>CRITERI</b>	<b>PUNTEGGIO</b>
Qualità e varietà dei prodotti	40
Modalità di vendita dei prodotti	20
Progetto del portale web dedicato alla vendita on line dei prodotti di merchandising	10
Sconto riservato alle strutture dell’Università di Siena rispetto al listino	20
% sul fatturato derivante dalla vendita al pubblico	10



UNIVERSITÀ DI SIENA 1240

*Ufficio Organi Collegiali*

3. di confermare la nomina del dott. Fabio Semplici quale responsabile unico del procedimento, ai sensi dell'art. 31 del D.lgs. 50/2016 e s.m.i., e di nominare il dott. Pasquale Albino Colella quale direttore esecutivo del contratto, ai sensi dell'art. 101 del D.lgs. 50/2016 e s.m.i.

4. di imputare i costi discendenti dal suddetto accordo quadro, per ciascun anno di durata dell'accordo stesso, come segue:

- a) quanto agli ordini di acquisto emessi a beneficio delle strutture dell'amministrazione centrale, sulla voce di conto CA.C. 01.01.01.14. "Altro materiale di consumo" nell'ambito del budget assegnato, per il corrispondente esercizio, all'U.A. Divisione appalti, convenzioni e patrimonio;
- b) quanto agli ordini di acquisto emessi a cura di tutte le altre strutture dell'Ateneo (Dipartimenti e Centri di Servizio), sulle voci di conto (CA.C.) o sui progetti previsti nell'ambito del budget loro assegnato, per il corrispondente esercizio, che saranno indicati di volta in volta nelle rispettive, specifiche richieste di acquisto.

**La presente delibera, il cui testo viene letto e approvato seduta stante, è dichiarata immediatamente esecutiva.**

*Per l'esecuzione*

Divisione appalti, convenzioni e patrimonio