

MEMORIA PER IL PRESIDENTE

**OGGETTO: SERVIZIO DI COLLABORAZIONE CON LA TESTATA
“LIBEROQUOTIDIANO” – BANNER NELLA SEZIONE ECONOMIA PER 60 GG +
60, UN VIDEO SU LIBEROTV E UN FOCUS REDAZIONALE SUL QUOTIDIANO –
CIG N. 8633800526**

La comunicazione/informazione è parte integrante del viaggio intrapreso dall'AdSP del Mare di Sicilia occidentale. Lo sviluppo delle attività legate a questo segmento, in grado di determinare scelte organizzative e strategiche che influiscono positivamente sulla visibilità e sull'immagine aziendale, hanno accompagnato negli ultimi tre anni e mezzo il percorso e la crescita dell'Authority e sono stati realizzati con il pieno consenso dei cittadini e degli operatori di settore, coinvolti attraverso opportuni e adeguati processi di relazione e comunicazione. Durante l'emergenza e anche nelle fasi successive che stiamo vivendo, l'impatto della comunicazione/informazione pubblica digitale è stato forte, centrale, mai così protagonista nella vita quotidiana dei cittadini: siamo di fronte prima di tutto a un grande passaggio culturale che la pandemia ha accelerato, ma non certo completato. Oggi ci interroghiamo su come combattere la disinformazione, investire sulle competenze, proporre modelli organizzativi efficienti ed efficaci, aggiornare tempi, modalità, strumenti di lavoro, gestire al meglio il dialogo e l'interazione con il cittadino, analizzare, gestire e comunicare i dati, coltivare una positiva comunità/community. Viviamo immersi in una sorta di "infodemia", cioè la diffusione di una quantità di informazioni enorme, provenienti da fonti diverse e dal fondamento spesso non verificabile. Come i virus, le notizie si diffondono in modo rapidissimo e attraverso canali molteplici. Il 'contagio informativo', con l'effetto la cassa di risonanza dei social, rende complessa e articolata la comunicazione e velleitario il tentativo di descriverla in modo esaustivo. Di sicuro, però, ha cambiato pelle. Lo stesso ha fatto l'AdSP tenendo conto della mutata realtà ma puntando sempre a instillare fiducia nella gente. E' proprio attorno a questo vocabolo che ruota l'azione dell'AdSP con quel suo non sottrarsi alle scadenze già fissate, rispettate nei limiti del possibile, con quel suo modo di presentarsi non accompagnata da parole ma da fatti: un comportamento che ha creato fiducia negli utenti: tutta l'attività ha reso – e continua a rendere - i porti della Sicilia occidentale di interesse nazionale, per modello di *governance*, per modo di procedere. Le testate nazionali si mostrano sempre più incuriosite – un ottimo feedback è la rassegna stampa – dal modello Palermo e dal suo frenetico "fare": un comportamento che ha, appunto, creato fiducia negli utenti. Quindi, pur senza trascurare la stampa locale, tramite con i cittadini più interessati all'agire dell'AdSP, si è deciso di insistere in particolar modo sulla stampa nazionale attraverso una comunicazione centrata sulla multicanalità per informare sulle scelte, sui risultati e sulle somme spese, creando valore per un successo duraturo, elevando la reputazione, aumentando l'apprezzamento. E riflettendo l'immagine – che non è un elemento statico, ma frutto di processi che vedono le scelte, i comportamenti, gli eventi a cui l'Adsp ha dato vita come "mattoni" basilari - di una costruzione consolidata e riscontrabile nei giudizi e nelle considerazioni espresse dagli stakeholder.

Per queste ragioni si ritiene opportuno continuare la proficua collaborazione con il quotidiano "Libero", prestigiosa testata nazionale che dispone di un seguito sito web, prevedendo però nuove forme di informazione che consistono – come da proposta prot. AdSP n. 2060/21 del 3/2/2021 – oltre al posizionamento del banner dell'Ente nella sezione economia del

quotidiano per 60 giorni nel primo semestre e altrettanti nel secondo, all'inserimento su LiberoTv un video dell'Ente e alla pubblicazione di un *focus* redazionale su argomenti di interesse dell'AdSP sul quotidiano. Una comunicazione/informazione, come si vede, su canali differenti, destinata a pubblici altrettanto differenti. Fondamentali i contenuti. Le notizie che transitano su Libero riguardano soprattutto i progetti che l'AdSP sta sviluppando nei porti che ricadono sotto la sua giurisdizione e la forte infrastrutturazione in atto, passaggi fondamentali per raggiungere l'obiettivo principale dell'Authority che è quello di attrarre traffici. Una visibilità nazionale, diffusa e capillare, consente agli stessi armatori di rendersi conto di come il network della Sicilia occidentale stia lavorando senza sosta per soddisfare ogni loro esigenza e per accogliere merci e passeggeri, questi ultimi debitamente al corrente, attraverso la stampa e i social, della "vita" frenetica che anima i quattro scali, fatta di cantieri a terra e dragaggi in mare. Un "ritorno" dimostrato da alcuni dati positivi – in controtendenza con gli altri porti italiani - anche nel disastroso 2020: non è un caso se lo scorso anno la movimentazione totale merci nel network abbia raggiunto un + 16,95 % e quella su/da navi ro-ro un + 24,66 %.

Va sottolineato che "Libero" è una testata nata nel 2000 e stabilmente presente nel panorama politico anche per le sue mai banali, e spesso provocatorie, posizioni che alimentano il dibattito nazionale e per opinioni forti e caratterizzate. Inoltre, il quotidiano può contare su un target di lettori importante per l'AdSP e un'ampia diffusione a livello nazionale: 25 mila copie al giorno (dati ADS 2020). Il sito web www.liberoquotidiano.it vanta oltre un milione di utenti unici al giorno e oltre sei milioni di pagine viste quotidianamente. I vertici del quotidiano hanno assicurato che alle notizie dell'Ente, quelle che richiedono una visibilità nazionale e internazionale, verrà riservato adeguato risalto: lo scorso anno, nonostante i temi cupi, il quotidiano ha dedicato più pagine all'Authority con interviste al presidente e, a firma dello stesso presidente, ha ospitato un intervento di approfondimento, oltre a riservare spazio ai comunicati dell'ufficio stampa dell'Ente. Tutta questa attività continuerà, garantendo un ritorno in termini di comunicazione che non è solo pubblicitaria ma prevede anche approfondimenti sui porti da parte della redazione economia del quotidiano.

Inoltre, secondo l'ar. 1, co. 2, lett. a) del D.L. 76/2020, convertito con modificazione dalla L. 120/2020, nel caso di forniture di importo stimato inferiore a € 75.000,00 è ammesso l'affidamento diretto, anche senza necessità di acquisire più preventivi, mediante determina a contrarre che contenga, in modo semplificato, l'oggetto dell'affidamento, l'importo, il fornitore, le ragioni della scelta del fornitore. E ancora, come espressamente previsto all'art. 7 del Regolamento per gli affidamenti dei contratti pubblici di questa AdSP, è ammesso l'affidamento o il reinvito all'operatore uscente per le prestazioni di carattere fiduciario, ove l'elemento soggettivo è garanzia di qualità della prestazione che si intende affidare, tra cui rientrano anche i servizi relativi alla comunicazione/media. Nel caso specifico, la scelta è ricaduta sull'operatore economico "Libero", perché lo stesso ha già svolto in passato il servizio con ottimi risultati per l'Ente, dimostrando elevata professionalità e serietà, rispettando i patti contrattuali e avviando la "narrazione" dell'AdSP verso un pubblico, diffuso su tutto il territorio nazionale, cospicuo e, soprattutto, "nuovo", poco abituato a leggere di una Sicilia attiva, che opera, che infrastruttura, che spende risorse europee per compiacere il mercato. La collaborazione con Libero è riuscita a evidenziare storie del network che avrebbero rischiato di rimanere nascoste nell'enorme flusso quotidiano delle notizie, di sparire nel *mainstream* che tutto inghiotte. Ecco perché, nel valutare positivamente l'offerta 2021, si è tenuto conto dell'elemento economico rimasto identico rispetto al 2020 (40 mila euro) e ritenuto congruo trattandosi di una testata a diffusione nazionale, ma anche della

qualità soggettiva dell'operatore economico e delle caratteristiche qualitative del servizio che riguardano, come detto, alcune nicchie specifiche di lettori, non riscontrabile, al momento, tra le testate della concorrenza.

Infine, considerato che, con la sottoscrizione del presente atto, il RUP dichiara che, al momento, in relazione al procedimento in oggetto non sussistono cause di incompatibilità, inconferibilità e/o conflitto di interesse previsti dalla normativa vigente, dal PTPCT vigente e dal Codice di comportamento per i dipendenti dell'AdSP; e dichiara altresì di impegnarsi a segnalare all'Amministrazione ogni eventuale futura situazione di conflitto di interessi, anche potenziale”.

TUTTO CIO' PREMESSO

si propone l'affidamento diretto con decreto semplificazione fino a 75 mila euro a Liberoquotidiano edito da Editoriale Libero srl per l'importo di euro 40.000,00 (quarantamila) oltre Iva (totale € 48.800) per il servizio di collaborazione con la testata che consiste nel posizionamento di un banner nella sezione economia per 60 gg + 60, un video su Liberotv e un focus redazionale sullo stesso quotidiano.

ATTIVITA' ISTITUZIONALE

La spesa potrà gravare sul cap. 126/40.01

Impegno complessivo euro 40,000 oltre IVA 22%

Palermo, 16 febbraio 2021

Servizio Staff di Presidenza, Promozione e Comunicazione

Il RUP

(dott.ssa Maria Antonella Filippi)