

Prot. n. del

UNIVERSITA' DI PISA
Codice AOO: CLE
Num. Prot.: 0010402 / 2018
Data: 13/02/2018
PROTOCOLLO **INTERNO**



**AVVISO PER VERIFICA UNICITÀ DEL FORNITORE PER AFFIDAMENTO
EX ART. 63 COMMA 2 LETT. B) PUNTO 3 DEL D.LGS. 50/2016.**

La Direzione servizi per la didattica e l'internazionalizzazione ha intenzione di avviare una procedura negoziata ai sensi dell'art. 63 comma 2, lett. b) punto 3) del D.Lgs. 50/2016, per l'affidamento annuale di un servizio di agenzia specializzata in marketing internazionale e reclutamento di studenti internazionali.

La Direzione servizi per la didattica e l'internazionalizzazione ha individuato la ditta StudentsWorld Srl, come unico fornitore di tale servizio in Italia.

Il costo atteso per l'acquisto suddetto è così stimato:

- € 10.000 + IVA per le azioni di sostegno alle attività di promozione e internazionalizzazione dell'ateneo
- € 500,00 + IVA per il reclutamento di ciascun studente con titolo estero ammesso e regolarmente iscritto all'Università di Pisa in un corso di laurea, laurea magistrale e nel corso preparatorio agli studi universitari denominato Foundation Course, fino ad un massimo di 58 studenti.

La Direzione servizi per la didattica e l'internazionalizzazione ritiene opportuno pubblicizzare questo avviso al fine di dare la più ampia diffusione all'iniziativa in modo da verificare l'eventuale ulteriore presenza di soggetti interessati al servizio. Al tal fine si allegano al presente avviso gli obiettivi del servizio in parola.

Il presente avviso tiene conto delle "Linee guida per il ricorso a procedure negoziate senza previa pubblicazione di un bando nel caso di forniture e servizi ritenuti infungibili", approvata con determina dell'Autorità Nazionale Anticorruzione – Vigilanza Contratti Pubblici n. 950 del 13/09/2017.

Si invitano, pertanto, gli operatori economici interessati a manifestare a questo Ente l'interesse alla partecipazione alla procedura per l'affidamento della fornitura in oggetto, entro e non oltre il termine del **22/02/2018 alle ore 12.00.**

La predetta manifestazione d'interesse dovrà essere trasmessa all'Università di Pisa, Direzione servizi per la didattica e l'internazionalizzazione tramite pec (protocollo@pec.unipi.it) specificando la ragione sociale, l'indirizzo e la partita IVA della Ditta interessata.

Le richieste pervenute oltre il suddetto termine non verranno tenute in considerazione.

Questa Amministrazione, nella persona del Responsabile Unico del Procedimento, Dott. Luigi Rivetti (tel. 050 050223439, e-mail luigi.rivetti@unipi.it) resta a disposizione dei soggetti interessati per fornire ulteriori informazioni nel rispetto dei principi di trasparenza e par condicio.

Nel caso in cui venga confermata la circostanza secondo cui la società sopra indicata costituisca l'unico operatore in grado di effettuare la fornitura descritta, questo Ente intende altresì, manifestare l'intenzione di concludere un contratto, previa negoziazione delle condizioni contrattuali, ai sensi dell'art. 63 comma 2 lett. b) punto 3), con l'operatore economico, che, allo stato attuale, risulta l'unico operatore in grado di fornire il servizio richiesto, per i motivi sopra indicati.

Ai sensi dell'art. 13 del d.lgs. 196/2003 e s.m.i., si informa che i dati raccolti saranno utilizzati esclusivamente per le finalità connesse alla gestione della procedura in oggetto, anche con l'ausilio di mezzi informatici. L'invio della manifestazione di interesse presuppone l'esplicita autorizzazione al trattamento dei dati e la piena accettazione delle disposizioni del presente avviso.

Il Direttore Generale (Dott. Riccardo Grasso)

Obiettivi

Al fine di potenziare il processo di internazionalizzazione, l'Ateneo intende migliorare l'efficacia delle azioni di promozione internazionale e reclutamento di studenti con titolo estero da immatricolare alle lauree, lauree magistrali e Foundation Course.

La gestione diretta e interna da parte dell'Amministrazione di tutte le azioni necessarie per il raggiungimento delle finalità sopradette comporterebbe dei costi molto elevati, sia in termini di risorse economiche che umane, non avendo internamente le specifiche professionalità. Inoltre, alcuni obiettivi sarebbero talvolta irraggiungibili senza la mediazione di soggetti terzi che hanno contatti diretti con le scuole secondarie, le università e le istituzioni delle nazioni interessate.

Per questo motivo si rende necessaria l'individuazione di un'agenzia di marketing specializzata nell'erogazione dei servizi in parola.