



Dipartimento di Studi Umanistici
Università degli Studi di Pavia

DETERMINA A CONTRARRE N. 143 /2018

Affidamento diretto fuori Mepa

Acquisto di servizio – con preventivo

REPERTORIO n. 143/2018

Pavia 03/07/2018

Prot. n.: 994 del 03/07/2018
Titolo: X classe: 4
Fascicolo 1 anno 2018

IL DIRETTORE DI DIPARTIMENTO

- **PREMESSO** che il Dipartimento di Studi Umanistici ha necessità di acquistare, un servizio di stampa, richiesto dalla Prof.ssa Elisa Roma, per la pubblicazione del volume “Tipologia, acquisizione, grammaticalizzazione / Typology, Acquisition, Grammaticalization Studies” a cura di Marina Chini, Pierluigi Cuzzolin, per le esigenze di ricerca del Dipartimento, per un importo quantificato in € 865,38 (IVA esclusa);
- **RICHIAMATO** l'art.32 (*Fasi delle procedure di affidamento*), comma 2, del D.Lgs. n.50/2016 e s.m.i. (*Codice dei contratti pubblici*) ai sensi del quale le stazioni appaltanti, in conformità ai propri ordinamenti, decretano o determinano a contrarre, individuando gli elementi essenziali del contratto e i criteri di selezione degli operatori economici e delle offerte;
- **VISTO** l'art.1, comma 449 della Legge n.296/2006 e s.m.i. ai sensi del quale le istituzioni universitarie sono tenute ad approvvigionarsi utilizzando le convenzioni quadro di Consip s.p.a.;
- **ACCERTATA** l'insussistenza di una convenzione Consip attiva per il servizio richiesto;
- **ACCERTATO** che il servizio richiesto non è presente nel catalogo MEPA;
- **ACQUISITO** il preventivo della casa editrice Franco Angeli S.r.l., viale Monza 106 – Milano, individuata mediante indagine di mercato informale, che ha offerto, per il

servizio di stampa per la pubblicazione del volume suddetto, l'importo di € 865,38 (IVA esclusa) (*preventivo allegato*);

- **ACCERTATA** la congruità del preventivo proposto con gli attuali costi di mercato e la compatibilità dell'importo con i vincoli imposti dalla vigente normativa per poter procedere ad affidamento diretto;
- **RICHIAMATO** l'art.36 (*Contratti sotto soglia*), comma 2, lett. a), del D.Lgs. n.50/2006 che consente di procedere per acquisiti di beni e servizi di importo inferiore a 40.000,00=, mediante affidamento diretto anche senza previa consultazione di due o più operatori economici;
- **RICHIAMATO** il Regolamento di Ateneo per l'Amministrazione, la Finanza e la contabilità, con particolare riguardo all'art.37 (*Poteri di spesa*);
- **ACCERTATA** la sussistenza della copertura finanziaria;

DISPONE

- di autorizzare, ai sensi dell'art.36, comma 2, lett. a) del D.Lgs. n. 50/2016, l'affidamento diretto alla **casa editrice Franco Angeli S.r.l.**, viale Monza 106 – Milano, per l'acquisto del **servizio di stampa per la pubblicazione** del volume "Tipologia, acquisizione, grammaticalizzazione / Tipology, Acquisition, Grammaticalization Studies" a cura di Marina Chini, Pierluigi Cuzzolin;
- di nominare la Dott.ssa Paola Galullo, Segretario Amministrativo di Coordinamento del Dipartimento di Studi Umanistici, Responsabile del Procedimento;
- di far gravare la relativa spesa presuntivamente quantificata in € 900,00 (già comprensivi di IVA) sul conto A.C. 01.02.12.01.02.05 – Progetto "DCDL2C – PAS MAURI" responsabile Prof.ssa Caterina Mauri, del Bilancio di Previsione del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università di Pavia relativo all'esercizio finanziario 2018.

Il Direttore del Dipartimento
Prof. Maurizio Harari
F.to Clelia Martignoni

Gent.ma
Prof.ssa Elisa Roma
Dipartimento di Studi Umanistici – Sezione di Linguistica
Università di Pavia
C.so Carlo Alberto 5
27100 Pavia (PV)

Milano, 3 aprile 2017

Oggetto: contributo per pubblicazione del volume: *Tipologia, acquisizione, grammaticalizzazione / Typology, Acquisition, Grammaticalization Studies*, a cura di Marina Chini, Pierluigi Cuzzolin.

Il volume verrà proposto sia in **formato cartaceo** sia in **formato digitale** (pdf e e-pub, protetto con DRM) ai privati e alle librerie che ne facciano richiesta e verrà pubblicato nella collana referata e internazionale *Materiali Linguistici-Università di Pavia*, diretta da Anna Giacalone Ramat ed Elisa Roma.

Per poter valorizzare al meglio la pubblicazione e ottenere l'apprezzamento più elevato e la diffusione più capillare e continuativa nel tempo presso la comunità di riferimento, cercheremo di garantire tutti i servizi indispensabili per far conoscere la monografia presso il mondo accademico. L'opera non verrebbe semplicemente "messa in vendita": questo significherebbe abbandonarla. Il nostro sforzo, al contrario, sarà quello di *disseminare* le informazioni in modo da poter raggiungere i potenziali fruitori.

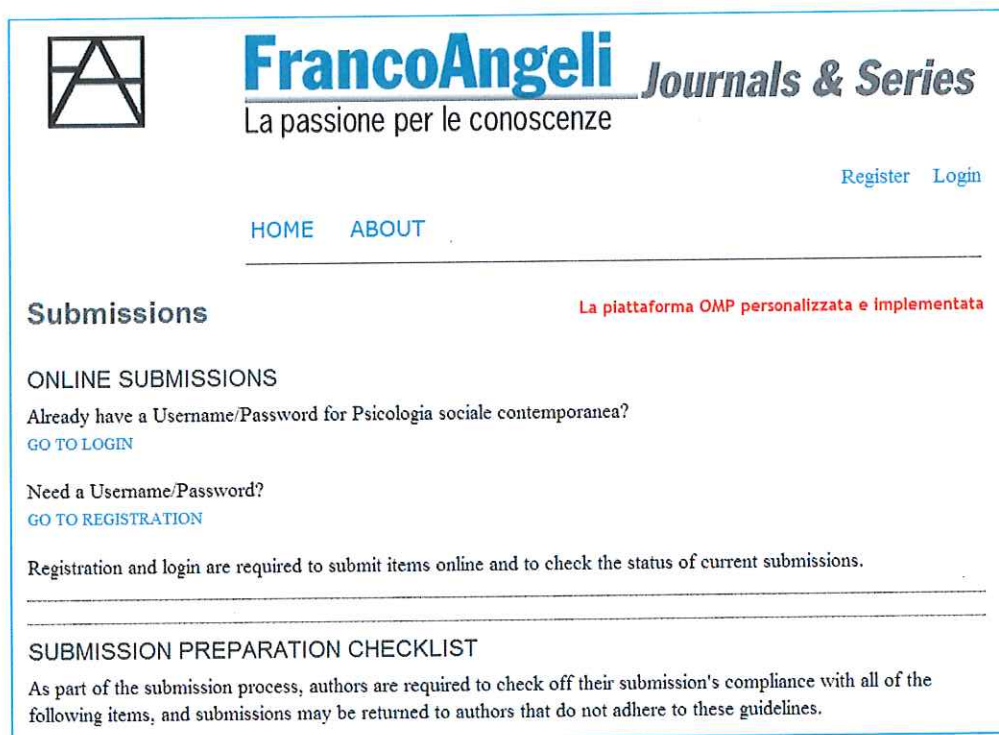
In particolare, ci preme qui sottolineare quali saranno i servizi che garantiremmo e le caratteristiche specifiche della pubblicazione in oggetto.

FLUSSO DI LAVORO E CERTIFICAZIONE DEL REFERAGGIO

La Franco Angeli utilizza un adattamento della **piattaforma OMP (Open Monograph Press)** per la gestione delle proprie monografie (vedi figura 1). Tale piattaforma consente di **certificare il referaggio** e garantirne a posteriori l'**anonimato e la tracciabilità**, quindi la serietà ed affidabilità.

- Attraverso la piattaforma OMP gli autori inviano online le monografie che vogliono sottoporre alla valutazione della collana di loro interesse, seguendo una procedura guidata che include l'inserimento dei metadati (in italiano e in inglese) e il caricamento del file Word sulla piattaforma (i manoscritti così proposti dovranno rispondere ai criteri indicati nella *submission checklist*).
- Il Comitato di collana avrà accesso alla monografia e, una volta visionata, potrà decidere se sottoporla a referaggio.
- Le varie fasi del referaggio verranno gestite attraverso la piattaforma, che garantisce l'anonimato e la tracciabilità.
- Una volta che la monografia sarà accettata, il Responsabile editoriale della collana si occuperà della pubblicazione dei volumi in formato cartaceo e digitale, offrendo tutta l'assistenza necessaria per
 - garantire la migliore leggibilità e fruibilità del prodotto in funzione del lettore cui il libro si rivolge
 - risolvere ogni problematica tecnica
 - evidenziare gli eventuali dubbi relativi alla proprietà intellettuale e assicurando efficienza e rapidità in ogni passaggio.
- Il formato digitale sarà sia PDF (sia visualizzabile attraverso un reader integrato nel sito che scaricabile

sul proprio pc o tablet), sia MOBI per Kindle sia EPUB (fruibile anche su eReader e smartphone).



The screenshot shows the website interface for FrancoAngeli Journals & Series. At the top left is the logo, a square with a stylized 'A' inside. To the right of the logo is the text 'FrancoAngeli Journals & Series' in a large blue font, with the tagline 'La passione per le conoscenze' below it. Further right are links for 'Register' and 'Login'. Below these are links for 'HOME' and 'ABOUT'. The main heading is 'Submissions', with a red note to the right: 'La piattaforma OMP personalizzata e implementata'. Underneath, there are sections for 'ONLINE SUBMISSIONS', including links for 'GO TO LOGIN' and 'GO TO REGISTRATION', and a note that registration and login are required. A 'SUBMISSION PREPARATION CHECKLIST' section follows, stating that authors must check off compliance with guidelines.

Figura 1

CARATTERISTICHE TECNICHE DELLA PUBBLICAZIONE

Caratteristiche tecniche del volume cartaceo

pagine a stampa previste: 256 pari a 16 sedicesimi di testo + copertina;
formato: cm 15,5 x 23;
confezione: brossura;
stampa testo: in b/n su carta gr 90 uso mano;
stampa copertina: in quadricromia su carta gr 300 plastificata opaca;
prezzo di copertina ipotizzato: € 33,00 (i.i.);

Formati dell'ebook

- i nostri ebook sono pubblicati non solo in **versione PDF**, ma anche in **versione MOBI per dispositivi Kindle e EPUB 2**, formato che si adatta al device di visualizzazione (tablet, eReader o smartphone) e migliora così l'esperienza di lettura.

Ci preme qui sottolineare inoltre che, grazie all'adesione al **Progetto Libri Italiani Accessibili (LIA)** dell'Associazione Italiana Editori, alcuni nostri ebook possono essere letti anche da persone non vedenti e ipovedenti ([elenco aggiornato dei nostri ebook accessibili](#)).

E con soddisfazione possiamo affermare anche che dal 2014 siamo in grado di produrre ebook anche in formato **EPUB 3**, che a differenza di EPUB 2 consente l'inserimento di **contenuti interattivi** – widget, video,

lettura vocale sincronizzata con il testo, note pop-up – allo scopo di aggiungere valore al testo scritto (**consulta la scheda del primo ePub3 che abbiamo pubblicato a maggio 2014**). Un traguardo importante per noi, che ci consente di offrire ai nostri autori le soluzioni più innovative e avanzate rese disponibili dalla tecnologia.

I SERVIZI PER LA CIRCOLAZIONE DI DATI E METADATI SUL WEB

Nostro obiettivo è che tutte le nostre pubblicazioni possano essere valorizzate al meglio al fine di conseguire l'apprezzamento più elevato e la diffusione più capillare (e continuativa nel tempo) presso la comunità di riferimento. Ciò concretamente significa, oggi più che mai, **organizzare, filtrare, codificare e dotare di senso i contenuti per chi li cerca**. Il vero problema – di internet in primo luogo, ma non solo – è infatti il sovraccarico di informazioni. Difficile non è essere presenti, **difficile è farsi trovare**. Il nostro sforzo, quindi, è riuscire a *disseminare* le informazioni nei vari motori di ricerca, portali, siti attraverso i quali poter raggiungere i potenziali fruitori (docenti universitari, professionisti, interessati).

A questo fine, per tutte le nostre monografie (sia **in commercio** che in *open access*) vengono garantiti gli stessi servizi indispensabili per raggiungere in modo ottimale le proprie comunità di riferimento. In particolare, **per le monografie in commercio vengono assicurati:**

- 1) la visibilità tramite una **scheda dedicata** sul sito www.francoangeli.it, che conta circa **15.000 visitatori unici e 60.000 pagine visualizzate ogni giorno** (fonte: www.alexa.com) e garantisce un **posizionamento** rilevante su **Google**.
- 2) l'indicizzazione e la possibilità di **ricerca incrociata** (per autore, titolo, full-text) sia sul sito FrancoAngeli che nella piattaforma OMP.
 - l'**indicizzazione** delle monografie (testi e metadati) su motori di ricerca dedicati ai libri come **Google Books**, che consente una visualizzazione in anteprima di percentuali definite delle opere.
- 3) L'adesione a **Clockss e Portico**. Sono questi repository certificati che offrono agli autori e alle biblioteche la garanzia dell'aggiornamento tecnologico e di formati per permettere di fruire in perpetuo e nel modo più completo possibile dei full text (nel caso venissero a mancare le condizioni per accedere al contenuto tramite altre forme). Il vantaggio, sia per le nostre collane che per coloro vi pubblicano, è facilmente intuibile.
- 4) La possibilità per il **lettore** di:
 - ricevere una segnalazione via email o tramite feed RSS quando viene pubblicato un nuovo volume o una nuova notizia sul sito;
 - condividere il contenuto sui social network generalisti (**LinkedIn, Twitter, Facebook**) e accademici (come **Academia, ResearchGate e Mendeley**).

I CANALI DI DISTRIBUZIONE E VENDITA

Pur cercando di sfruttare tutte le potenzialità del mondo del virtuale, manteniamo uno stretto e continuo rapporto con le ns. *librerie fiduciarie*. Abbiamo una *nostra organizzazione di distribuzione*, che opera solo per la nostra casa editrice e che visita periodicamente tutte le nostre librerie fiduciarie sia per presentare e raccogliere le prenotazioni, sia per verificare che mantengano un assortimento adeguato dei ns. libri e riviste. Attualmente *oltre un migliaio in Italia sono i punti vendita serviti direttamente*. Ferma restando questa organizzazione del lavoro di promozione, ci sforziamo di agevolare (anche finanziariamente) la crescita di librerie "specializzate", che si impegnano, per una o più discipline, a tenere un assortimento dei nostri volumi e delle nostre riviste rivolti a un pubblico di studiosi e professional, nonché a fornire loro un servizio adeguato;

tramite la banca dati *Arianna* forniamo quotidianamente alla filiera tutte le informazioni più aggiornate sullo stato di disponibilità di ogni nostro titolo;

oltre che sul nostro sito, i volumi cartacei sono acquistabili sui siti di Ibs, Bol, Feltrinelli ecc.;

gli e-book sono reperibili (oltre che sul nostro sito) presso tutti gli store digitali attivi in Italia e all'estero (tramite il distributore Edigita). Abbiamo rapporti diretti con:

- o **Amazon**, che vende la versione mobi dei nostri volumi nei vari siti: Amazon.it; Amazon.co.uk, Amazon.de, Amazon.fr.; Amazon.es; Amazon.com ...;
- o **Kobo**, che distribuisce i nostri volumi in versione ePub **nei Paesi dell'Unione Europea e negli Stati Uniti**;
- o tutte le principali librerie online italiane, come *Ibs, La Feltrinelli, Libreria Universitaria, Mondadori, Rizzoli* e altre.

su **Torrossa.it** (piattaforma specializzata nelle pubblicazioni in ambito umanistico e delle scienze sociali) le **Biblioteche** possono trovare le versioni digitali di oltre 87 nostre riviste e di più 1700 volumi, accessibili in collezioni complete o selezionabili in pacchetti tematici in base alle principali aree di specializzazione;

per Enti e grandi aziende siamo in grado di proporre offerte personalizzate di collezioni professionali (sia nelle versioni cartacee che digitali). Ad esempio, abbiamo avviato il Progetto **cento50** in partnership con Amicucci Formazione, che prevede una selezione di 150 nostri titoli e 150 contenuti multimediali di Amicucci Formazione per creare o arricchire gli ambienti di apprendimento in azienda.

LE COMUNICAZIONI PERIODICHE

Ogni mese inviamo:

- e-mail di segnalazione delle novità a circa 13.000 docenti universitari nelle discipline di nostro interesse;
- quasi 100.000 e-mail di segnalazione delle novità ai lettori iscritti al servizio *Informatemi* grazie al quale chi si iscrive riceve **un'e-mail con le novità** in uscita nel settore di suo interesse (in maggioranza consulenti e professionisti, ma anche insegnanti, studenti, bibliotecari...).
- tre volte l'anno realizziamo il notiziario per i docenti **FrancoAngeli per l'Università** (in circa 20.000 copie nel formato cartaceo, ma disponibile anche in pdf e liberamente scaricabile dal ns. sito nell'*area università*);

ogni 3 mesi aggiorniamo i **Cataloghi interattivi online** (reperibili sul ns. sito: ogni mese ne vengono scaricati spontaneamente oltre 15.000, a seconda della disciplina). Particolarmente ricchi di informazioni e strutturati per tema e disciplina, possono essere stampati dall'utente o conservati sul proprio pc. L'originalità è che nel catalogo **ogni volume è linkato** alla scheda (riportante gli indici e l'abstract del volume) presente sul ns. sito. In tal modo si possono effettuare ricerche e consultazioni rapide, individuando i volumi di maggiore interesse e su questi soffermandosi nei dettagli.

IL SOCIAL MEDIA MARKETING

siamo attivi sui principali social network (**Facebook, Twitter, Google+, YouTube, Pinterest**), attraverso i quali partecipiamo al dibattito in rete, pubblichiamo aggiornamenti sui nostri libri, segnaliamo notizie e temi che riteniamo degni di attenzione.

da gennaio 2014 raccontiamo il nostro lavoro sul **blog Dietro le quarte**. Uno spazio in cui, come suggerisce il titolo, i lettori possono scoprire cosa succede prima della pubblicazione di un libro, saperne di più sui nostri autori, approfondire temi di editoria e lasciare i loro commenti.

segnaliamo i **blog dei nostri autori** in una **sezione del sito** che aggiorniamo costantemente, consentendo così ai lettori di dialogare con loro, seguirne gli interventi, scoprire ciò su cui stanno lavorando. Per chi invece non ha ancora una presenza in rete, abbiamo pubblicato una guida – **Write and talk**

– per sfruttare tutte le risorse della Rete (social network, blog, email, sito web), far conoscere ancora meglio il libro e dialogare con i lettori.
organizziamo dei **dibattiti video** in diretta, nei quali un autore può confrontarsi con uno o più esperti del suo settore (**guarda un esempio**) e aprirsi al dialogo con quanti lo stanno seguendo in streaming.

I RISULTATI

Il risultato di tutti questi sforzi è tangibile e ne è prova la crescita eccezionale di utenti che affluiscono al nostro sito web (organizzazioni indipendenti, come **Alexa**, lo segnalano tra i siti più frequentati di case editrici in Italia). Da dicembre 2007 a gennaio 2015, **17 milioni di utenti con oltre 57 milioni di pagine visualizzate** (dati Google Analytics) sono per i nostri Autori una straordinaria opportunità di valorizzazione delle loro opere. Sono questi i servizi che siamo in grado di offrire già oggi. E garantiamo che il nostro sforzo sarà sempre quello di continuare ad aggiornarci per rispondere efficacemente alle vostre esigenze.

COSTI

Stampa testo impaginato dall'Autore. *Si tratta della consegna del testo pronto per la stampa, impaginato dall'autore con word o altro software da concordare con la redazione, redatto in base alle regole di uniformità editoriale stabilite dalla Casa editrice. L'autore deve fornire i files definitivi (.doc) e, se possibile, i medesimi in formato pdf certificato ad alta qualità, realizzato con il software Adobe Distiller. Prima del testo definitivo è prevista da parte dell'autore la consegna alla redazione di prove di stampa e del materiale di copertina.*

Si richiede un contributo alle spese di stampa di € 900,00 (iva inclusa, attualmente al 4%, non evidenziabile né detraibile) con una variazione di € 100,00 per ogni 16 pagine, o frazione, di testo in più rispetto al totale previsto. A fronte di tale contributo verranno messe a vostra disposizione 30 copie dell'opera in oggetto. Tali copie verranno spedite porto franco in un'unica soluzione all'indirizzo che vorrete fornirci prima della stampa.

Il presente preventivo resterà valido fino al 31 dicembre 2017, dopodiché ci riserviamo la possibilità di variarlo in proporzione all'andamento dei costi.

Restando a Vostra completa disposizione per ogni eventuale chiarimento, inviamo i nostri migliori saluti.

p. FrancoAngeli srl
dott. Tommaso Gorni

Tommaso Gorni