



UNIVERSITÀ DI PAVIA

Dipartimento di
Studi Umanistici

DETERMINA A CONTRARRE N. 351/2019

Affidamento diretto fuori Mepa

Acquisto di servizio – con preventivo

REPERTORIO n. 351/2019

Pavia 22/01/2019

Prot. n.: 6094 del 22/01/2019

Titolo: X classe: 4

Fascicolo 23 anno 2019

IL DIRETTORE DI DIPARTIMENTO

- **PREMESSO** che il Dipartimento di Studi Umanistici ha necessità di acquistare, in esecuzione della delibera del Consiglio di Dipartimento del 26/11/2018, un servizio di stampa, per la pubblicazione del volume dal titolo (provvisorio) "Broker di libri stranieri. L'agente letterario dalle origini alla caduta del fascismo" a cura di Anna Ferrando, con prefazione di Elisa Signori, per le esigenze di ricerca del Dipartimento, per un importo quantificato in € 2.700,00 (IVA inclusa, assolta dall' editore);
- **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 € 2.700,00 (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** dal titolo (provvisorio) "Broker di libri stranieri. L'agente letterario dalle origini alla caduta del fascismo" a cura di Anna Ferrando, con prefazione di Elisa Signori;
- 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 € 2.700,00 (IVA inclusa, assolta dall' editore) sul conto A.C. 01.02.12.01.02.05 – Progetto "FRG2017PUBBLICAZIONI – FONDO RICERCA GIOVANI 2017 PUBBLICAZIONI GIOVANI STUDIOSI", del Bilancio di Previsione del Dipartimento di Studi Umanistici dell'Università di Pavia relativo all'esercizio finanziario 2019.

Il Direttore del Dipartimento
F.to Maurizio Harari

Spettabile
Dipartimento di Studi Umanistici
Università degli Studi di Pavia

Alla c.a. Gent.ma Prof.ssa Elisa Signori

Milano, 24 luglio 2018

Oggetto: Preventivo per la pubblicazione del volume *Broker di libri stranieri. L'agente letterario dalle origini alla caduta del fascismo* (tit. provv.), di Anna Ferrando, con prefazione di Elisa Signori

In relazione alla vostra richiesta, indichiamo qui di seguito la nostra migliore offerta per la pubblicazione dell'opera in oggetto.

Il volume, previa approvazione dei referee, verrebbe inserito nella collana "Storia dell'editoria" diretta da Ada Gigli Marchetti e verrebbe commercializzato sia in **formato cartaceo** sia in **formato digitale** (pdf e e-pub, protetto con DRM) ai privati e alle librerie che ne facciano richiesta.

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 i potenziali interessati. L'opera non verrebbe semplicemente "messa in vendita": questo significherebbe abbandonarla. Il nostro sforzo, al contrario, sarà quello di *disseminare* le informazioni nei vari motori di ricerca, portali e siti per poter raggiungere i potenziali fruitori (docenti universitari, professionisti, interessati).

FLUSSO DI LAVORO

Una volta che la monografia sarà accettata, si procederà alla preparazione della pubblicazione del volume 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;

assicurando efficienza e rapidità in ogni passaggio. La versione digitale sarà predisposta in PDF sia visualizzabile attraverso un reader integrato nel sito che scaricabile sul proprio pc o tablet), in versione MOBI per Kindle e in EPUB per eReader e smartphone.

CARATTERISTICHE TECNICHE DELLA PUBBLICAZIONE

Stampa testo da ready camera copy. Si tratta della consegna del testo pronto per la stampa, già 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 la consegna di prove di stampa alla redazione della Casa editrice da parte dell'Autore.

Caratteristiche tecniche del volume cartaceo

- pagine a stampa previste: pp. 304 pari a 19 sedicesimi + copertina
- formato: cm 15,5 x 23
- testo: in bianco e nero
- carta testo: gr. 70
- copertina: in quadricromia
- carta copertina: gr 300, plastificata opaca
- prezzo di copertina previsto del cartaceo: € 37,00 (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.

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.
- 3) 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.
- 4) 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.
- 5) 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 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**;

- 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, LinkedIn, 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.

COSTI

Contributo alle spese di stampa richiesto: € 2.700,00 (iva di legge assolta a monte dall'editore), con una variazione di € 100,00 per ogni 16 pagine, o frazione, in più rispetto al totale previsto.

A fronte del contributo verranno messe a disposizione 50 copie dell'opera per omaggi e scambi d'uso. Le copie verranno spedite porto franco, in un'unica soluzione, all'indirizzo che ci verrà comunicato prima della stampa, entro i confini nazionali.

Si precisa che le proposte economico-contrattuali qui riportate sono da intendersi riservate. Vi preghiamo pertanto, senza nostro consenso scritto, di non volerle comunicare, trasmettere, divulgare a terzi il contenuto in tutte le sue parti, se non a coloro che sono direttamente coinvolti nell'esecuzione dell'eventuale contratto di edizione.

Si precisa inoltre che alla firma del contratto sarà emessa una prima fattura corrispondente al 50% dell'importo complessivo qui indicato. Con la consegna delle copie stampate, Vi verrà inviata una seconda fattura a saldo, eventualmente aggiornata ove il numero di pagine definitive dovesse risultare difforme da quanto qui ipotizzato. La pubblicazione dell'Opera avverrà esclusivamente a saldo ricevuto della prima fattura.

Il presente preventivo resterà valido fino al 31 luglio 2019, dopodiché ci riserviamo la possibilità di variarlo in proporzione all'andamento dei costi.

Restando a Vostra completa disposizione per ogni eventuale chiarimento, colgo l'occasione per inviare i miei migliori saluti.

p. FrancoAngeli srl
Isabella Francisci

