

MAPPATURA DEI PROCESSI – ANNO 2024

AREA DI RISCHIO: PUBLIC ENGAGEMENT							
<p>PROCESSO ORGANIZZATIVO Concessione Marchio Unifi</p>	<p>FASI / ATTIVITA' indicare se si tratta di attività discrezionale</p> <p>SEGNALAZIONE DELLA NECESSITÀ DI CREAZIONE DI UNA LINEA MERCHANDISING UNIFI</p> <p>MAPPATURA ESIGENZE DI ATENEO PER L'ACQUISTO DI GADGET ISTITUZIONALI</p> <p>NOMINA RUP</p> <p>DIALOGO TECNICO CON POSSIBILI FORNITORI DI GADGET, APERTO A TUTTI GLI OPERATORI</p> <p>DECISIONE DI PROCEDERE CON APPALTO MISTO PER LA FORNITURA DI PRODOTTI CON MARCHIO UNIFI (ACCORDO QUADRO) E LA CONTESTUALE CONCESSIONE DEL MARCHIO PER LA VENDITA A TERZI DI PRODOTTI DI MERCHANDISING</p> <p>DEFINIZIONE DEI CRITERI DI GARA SECONDO IL PROCEDIMENTO DELL'OFFERTA ECONOMICAMENTE PIÙ VANTAGGIOSA, CON ATTRIBUZIONE DEI PESI PER L'ASSEGNAZIONE DEI PUNTEGGI</p> <p>DEFINIZIONE DELL'IMPORTO MASSIMO DELL'ACCORDO QUADRO SULLA BASE DELLE ESIGENZE RACCOLTE E DI UNA STIMA DELLE NECESSITÀ PER LA DURATA DELL'ACCORDO</p> <p>DEFINIZIONE DEL CATALOGO DI GARA SULLA BASE DELLA MAPPATURA DELLE ESIGENZE</p> <p>DEFINIZIONE DELLA BASE D'ASTA PER I SINGOLI PRODOTTI</p> <p>DEFINIZIONE DELLA BASE D'ASTA PER LE ROYALTIES PER , DERIVANTI DALLA CONCESSIONE DEL MARCHIO E VENDITA A TERZI</p> <p>INDIZIONE DI UNA PROCEDURA TELEMATICA APERTA SOPRA SOGLIA COMUNITARIA</p> <p>ADEMPIMENTO OBBLIGHI PUBBLICITÀ LEGALE</p> <p>INVIO DELLE OFFERTE DA PARTE DEI FORNITORI INTERESSATI</p> <p>CONSEGNA DEI PROTOTIPI</p> <p>NOMINA COMMISSIONE GARA</p> <p>LAVORI DELLA COMMISSIONE DI GARA E ASSEGNAZIONE DEI PUNTEGGI</p> <p>SEDUTA PUBBLICA CON APERTURA DEI VERBALI DELLA COMMISSIONE E INDIVIDUAZIONE DELL'AZIENDA AGGIUDICATARIA</p> <p>RICHIESTA DI ACCESSO AGLI ATTI DA PARTE DI UNA DELLE AZIENDE CONCORRENTI</p> <p>INVIO E RICEZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE NECESSARIA ALLA STIPULA DEL CONTRATTO CON AGGIUDICATARIA</p> <p>FIRMA DEL CONTRATTO</p> <p>NOMINA DEC</p> <p>CREAZIONE RETE REFERENTI INTERNA AD UNIFI PER UN CORRETTO SVOLGIMENTO DELL'ACCORDO QUADRO</p>	<p>ATTORI COINVOLTI Chi fa cosa, responsabilità, unità organizzativa, interessati, utenti, qualsiasi persona o organizzazione con cui si viene in contatto durante lo svolgimento delle attività lavorative: fornitori effettivi e potenziali, contatti commerciali, agenti, consulenti, governo ed organi pubblico, compresi i loro consiglieri, rappresentanti e funzionari, politici e partiti politici, fonti informative.</p> <p>Responsabile Unico del Procedimento</p> <p>Membri Commissione gara</p> <p>Aziende che hanno partecipato al dialogo tecnico</p> <p>Aziende che hanno partecipato alla gara</p> <p>Direttore dell'esecuzione</p>	<p>REGISTRO DEI RISCHI Descrizione del comportamento a rischio corruzione, comportamenti o fatti con cui si concretizza il fenomeno corruttivo, eventi sentinella, segnalazioni.</p> <p>DIALOGO TECNICO CON POSSIBILI FORNITORI DI GADGET, APERTO A TUTTI GLI OPERATORI Rischio: che questa fase influenzasse lo svolgimento della gara, dando vantaggio ai partecipanti che fossero presenti in questa fase preliminare.</p> <p>NOMINA COMMISSIONE GARA Rischio: inserire in Commissione qualcuno che potesse avere interessi personali a far prevalere una delle offerte</p>	<p>FATTORI ABILITANTI, Fattori di contesto che agevolano il verificarsi di comportamenti o fatti di corruzione. Esempi: a) mancanza di misure di trattamento del rischio (controlli); b) mancanza di trasparenza; c) eccessiva regolamentazione, complessità e scarsa chiarezza della normativa di riferimento; d) esercizio prolungato ed esclusivo della responsabilità di un processo da parte di pochi o di un unico soggetto; e) scarsa responsabilizzazione interna; f) inadeguatezza o assenza di competenze del personale addetto ai processi; g) inadeguata diffusione della cultura della legalità; h) mancata attuazione del principio di distinzione tra politica e amministrazione.</p>	<p>VALUTAZIONE DEL RISCHIO CORRUTTIVO, probabilità, stima del livello di rischio, indicazione della priorità</p> <p>Rischio medio</p>	<p>MISURE GENERALI DI PREVENZIONE controllo trasparenza, regolamentazione, semplificazione, sensibilizzazione, partecipazione, rotazione, segnalazione e protezione, disciplina del conflitto di interessi, condizioni ostate art. 35 bis Dlgs 165/2001, regolazione dei rapporti con i "rappresentanti di interessi particolari" (lobbies), definizione e promozione dell'etica e di standard di comportamento, formazione <i>ad hoc</i>, informazione e comunicazioni sui doveri e gli idonei comportamenti da tenere in particolari situazioni concrete.</p>	<p>MISURE SPECIFICHE DI PREVENZIONE agiscono in maniera puntuale su alcuni specifici rischi individuati in fase di valutazione del rischio e si caratterizzano dunque per l'incidenza su problemi specifici.</p> <p>Consentono la personalizzazione della strategia di prevenzione della corruzione sulla base delle esigenze peculiari di ogni singola amministrazione.</p> <p>La fase del dialogo – utile all'acquisizione di informazioni di carattere tecnico - è stata costruita in maniera trasparente: ne è stata data adeguata informazione sul portale Start Toscana, con partecipazione aperta. La mancata partecipazione alla consultazione non precludeva la possibilità di presentare un'offerta in gara. Dalle due aziende che hanno partecipato, l'Ateneo ha acquisito lo stesso livello di informazioni sul percorso produttivo e sulle modalità di vendita del merchandising per altri enti.</p> <p>I Commissari di gara hanno firmato dichiarazioni circa la non sussistenza di cause di conflitto d'interesse e di incompatibilità.</p>

Processo

Concessione Marchio Unifi

n.	ATTORI	RUP	DEC	UF Prodotti e strumenti comunicazione istituzionale	Commissione gara	Direttore Generale	Prorettore Al Trasferimento Tecnologico, Attività Culturali E Impatto Sociale	Rettrice	Centrale Acquisti	Dirigente Area Gestione Progetti strategici, terza missione e comunicazione	Dirigente Area Affari generali e legali	Dipartimenti, Scuole, Centri di costo	Concessionario	Aziende partecipanti alla gara	Utente finale
	ATTIVITA'														
1	Segnalazione della necessità di creazione di una linea merchandising Unifi					X	X	X							X
2	Mappatura esigenze di Ateneo per l'acquisto di gadget istituzionali			X				X				X			
	Nomina RUP	X				X									
3	Dialogo tecnico con possibili fornitori di gadget, aperto a tutti gli operatori	X		X					X		X			X	
4	Decisione di procedere con appalto misto per la fornitura di prodotti con marchio Unifi (Accordo Quadro) e la contestuale concessione del marchio per la vendita a terzi di prodotti di	X				X	X		X						
5	Definizione dei criteri di gara secondo il procedimento dell'offerta economicamente più vantaggiosa, con attribuzione dei pesi per l'assegnazione dei punteggi	X		X		X	X		X	X					
	Definizione dell'importo massimo dell'Accordo Quadro sulla base delle esigenze raccolte e di una stima delle necessità per la durata dell'Accordo	X		X					X	X					
	Definizione del catalogo di gara sulla base della mappatura delle esigenze	X		X						X					
	Definizione della base d'asta per i singoli prodotti	X		X						X					
6	Definizione della base d'asta per le royalties per l'Ateneo, derivanti dalla concessione del marchio e vendita a terzi	X		X		X	X		X	X					
7	Indizione di una procedura telematica aperta sopra soglia comunitaria	X		X					X		X				
8	Adempimento obblighi pubblicità legale	X							X	X					
9	Invio delle offerte da parte dei fornitori interessati								X					X	
10	Consegna dei prototipi	X		X										X	
	Nomina Commissione gara								X		X				
11	Lavori della commissione di gara e assegnazione dei punteggi				X										
12	Seduta pubblica con apertura dei verbali della commissione e individuazione dell'azienda aggiudicataria	X			X				X						
	Richiesta di accesso agli atti da parte di una delle aziende concorrenti	X							X		X			X	
13	Invio e ricezione della documentazione necessaria alla stipula del contratto con aggiudicataria	X							X		X		X		
14	Firma del contratto	X							X		X		X		
15	Nomina DEC		X							X					
16	Creazione rete referenti interna ad Unifi per un corretto svolgimento dell'Accordo Quadro	X	X							X		X			