



# Ministero della Salute

## DIREZIONE GENERALE DELLA COMUNICAZIONE E DEI RAPPORTI EUROPEI E INTERNAZIONALI

### IL DIRETTORE GENERALE

**VISTA** la legge 13 novembre 2009, n. 172, concernente l'istituzione del Ministero della Salute;

**VISTO** il decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165 recante “*Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche*”;

**VISTO** il d.P.C.M. 11 febbraio 2014, n. 59 recante “*Regolamento di organizzazione del Ministero della salute*”;

**VISTA** la legge 31 dicembre 2009, n. 196 recante “*Legge di contabilità e finanza pubblica*”;

**VISTA** la legge 23 dicembre 2014, n. 190 “*Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato*” (legge di stabilità 2015);

**VISTA** la legge 23 dicembre 2014, n. 191 “*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2015 e bilancio pluriennale per il triennio 2015-2017*”

**VISTO** il decreto del Ministero dell'economia e delle finanze del 29 dicembre 2014, di ripartizione in capitoli delle unità di voto parlamentari relative al bilancio di previsione per l'anno 2015;

**VISTI** i decreti ministeriali 8 luglio 2014, 12 settembre 2014 e 20 novembre 2014, registrati alla Corte dei Conti, con i quali è stata disciplinata la fase transitoria dell'assetto organizzativo del Ministero della Salute, fino all'effettivo conferimento degli incarichi di livello dirigenziale non generale di cui all'art. 19, comma 3, del citato d.P.C.M. n. 59/2014;

**VISTO** il decreto del Ministro della Salute del 16 febbraio 2015, con il quale sono stati assegnati ai dirigenti generali titolari dei centri di responsabilità amministrativa del Ministero della Salute i contingenti delle risorse umane e delle risorse finanziarie;

**VISTO** il decreto del Direttore Generale della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti europei e internazionali del 2 marzo 2015, registrato dall'Ufficio Centrale del Bilancio in data 17 marzo 2015, con il quale sono state attribuite al Direttore dell'Ufficio I ex DGCORI le risorse finanziarie presenti sui capitoli 4311 p.g. 1, 4321 p.g. 1; 5507 p.g. 1; 5508 p.g. 1; 5509 p.g. 1; 5510 p.g. 12, p.g. 13, p.g. 14, p.g. 15, p.g. 16, p.g. 17; 5517 p.g. 1;

**VISTO** il D.M. 31 dicembre 2015, registrato dalla Corte dei Conti l'8 febbraio 2016, foglio 352, con il quale è stata approvata la programmazione delle attività di comunicazione descritta nell'allegato A, a valere sulle disponibilità dell'esercizio finanziario 2015;

**VISTO** il D.D. 31 dicembre 2015, registrato dall'Ufficio Centrale del Bilancio il 27 gennaio 2016, decreto n. 10959 clausole n. 001/007, con il quale è stata autorizzata la spesa di € 2.000.000,00 sul capitolo 5510 p.g. 12 “*Spese per l'informazione sanitaria ai fini della promozione della salute, incluse quelle per l'iscrizione, l'organizzazione e la partecipazione a convegni, congressi, mostre ed altre manifestazioni nazionali e internazionali*” per le iniziative di cui all'allegato A al decreto stesso e vista, in particolare, e la clausola 6 (Attività di comunicazione sul volontariato in sanità)

**VISTO** il D.M. 22 dicembre 2016, registrato alla Corte dei Conti il 30 dicembre 2016, al foglio 4667, con il quale è stata approvata la programmazione delle attività di comunicazione descritta nell'allegato A, a valere sulle disponibilità dell'esercizio finanziario 2016;

**VISTO** il D.D. 30 dicembre 2016, registrato dall'Ufficio Centrale del Bilancio il 13 gennaio 2017, decreto n. 14421 clausole n. 001/005, con il quale è stata autorizzata la spesa di € 752.200,00 sul capitolo 5510 art. 12 (ex capitolo 4100 art. 30) "Spese per l'informazione sanitaria ai fini della promozione della salute, incluse quelle per l'iscrizione, l'organizzazione e la partecipazione a convegni, congressi, mostre ed altre manifestazioni nazionali e internazionali" per le iniziative di cui all'allegato A al decreto stesso e vista, in particolare, la clausola 5 (Attività di comunicazione sull'epilessia);

**VISTA** la Legge 6 novembre 2012, n. 190 recante "*Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione*";

**VISTO** il D.Lgs. 14 marzo 2013, n. 33 recante "*Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*";

**VISTO** il D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 recante il "*Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165*".

**VISTO** il Piano triennale di prevenzione della corruzione 2015-2017 del Ministero della Salute;

**ATTESO** che il Ministero ha il compito di promuovere l'informazione e la comunicazione istituzionale in materia di salute;

**VISTA** la legge 7 giugno 2000, n. 150, recante "*Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni*", che regola le attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni, prevedendo che esse siano finalizzate a promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale e che siano attuate con ogni mezzo di trasmissione idoneo ad assicurare la necessaria diffusione dei messaggi;

**VISTA** la legge 1 aprile 1999, n. 91 recante "*Disposizioni in materia di prelievo e trapianto di organi e tessuti*" che affida al Ministero della Salute la promozione di iniziative di informazione dirette ai cittadini in tale delicato settore, sentito il Centro nazionale per i trapianti ed in collaborazione con gli enti locali, le scuole, le associazioni di volontariato e quelle di interesse collettivo, le società scientifiche, le aziende sanitarie locali, i medici di medicina generale e le strutture sanitarie pubbliche e private;

**VISTO** l'appunto del 13 settembre 2017 - prot. n. 2931, approvato dal Ministro, con il quale il Direttore generale della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti europei e internazionali propone di realizzare una nuova campagna di comunicazione su donazione e trapianto di organi, cellule e tessuti, diretta ad informare i cittadini sulle diverse modalità di donazione, a rimuovere le resistenze psicologiche alla dichiarazione di volontà, in tal modo accrescendo la fiducia verso il servizio sanitario nazionale e verso il sistema trapiantologico italiano, promuovendone l'immagine in termini di affidabilità, trasparenza e sicurezza delle procedure di prelievo e trapianto;

**ATTESO** che la nuova campagna di comunicazione su donazione e trapianto di organi, cellule e tessuti è realizzata tramite uno spot televisivo, uno spot radio ed una creatività stampa, al fine di poter informare adeguatamente il cittadino per una scelta sicura e consapevole;

**VISTO** l'appunto del 20 ottobre 2016 (prot. n. 3259-DG COREI-P), con il quale il Sig. Ministro ha approvato la proposta di realizzare una campagna di comunicazione per la conoscenza dell'epilessia, che costituisce una delle malattie neurologiche più diffuse in Italia;

**CONSIDERATO** che con il citato appunto n. 3259 è stato proposto di realizzare sia uno spot televisivo con la collaborazione di uno o più testimonial conosciuti, che sia idoneo ad essere diffuso in maniera virale in *internet* (*social* ed altri siti), sia uno spot radiofonico;

**TENUTO CONTO** altresì che nell'ambito della promozione della salute e dei corretti stili di vita il contrasto al tabagismo rappresenta per il Ministero un'attività di rilevanza strategica;

**TENUTO CONTO** che lo strumento centrale per promuovere nella popolazione la consapevolezza della pericolosità del fumo è l'educazione ad uno stile di vita salutare e che, per contrastare l'iniziazione e l'abitudine al fumo, è fondamentale un'azione di comunicazione protratta nel tempo;

**TENUTO CONTO** che l'ultima campagna realizzata nel biennio 2015/2016, con la collaborazione del noto attore Nino Frassica, ha avuto una forte eco su tutti i media televisivi e della carta stampata ed è stata ampiamente visualizzata in *internet*;

**VISTO** l'appunto n. 3203 del 26 settembre 2017 avente ad oggetto la Campagna di comunicazione contro il tabagismo 2017, con il quale il Sig. Ministro ha approvato la proposta di realizzare due spot televisivi e le relative versioni radiofoniche con il testimonial Nino Frassica, da veicolare sulle reti televisive e sui canali social, in considerazione degli ottimi risultati ottenuti dalla campagna realizzata nel biennio 205/2016 al fine di capitalizzare, in termini di riconoscibilità, il patrimonio di popolarità conseguito dalla campagna e di stimolare, attraverso la creazione di un ideale seguito narrativo ai messaggi di prevenzione già proposti, l'attenzione dello spettatore;

**CONSIDERATO** che risulta ora necessario procedere all'acquisito di spazi per la diffusione degli spot radiofonici relativi alle citate campagne di comunicazione per la promozione della salute e la lotta al tabagismo, la conoscenza dell'epilessia e per la diffusione di messaggi informativi sulla donazione e trapianti di organi;

**VISTA** l'informativa per il Sig. Ministro n. 4053 del 17 novembre 2017 avente ad oggetto "Fondi atto programmatico 2015 clausola "Attività di comunicazione sul volontariato in sanità"- Acquisto spazi sui mezzi di comunicazione di massa", con il quale è stato rappresentato che le risorse di cui alle predette "Attività di comunicazione sul volontariato in sanità", ammontanti ad € 400.000,00 saranno utilmente impiegate per promuovere, nel modo più efficace, le campagne di comunicazione da avviare, realizzate con il supporto delle principali associazioni di volontariato ed enti scientifici di riferimento impegnati sulla materia e che i fondi saranno utilizzati per rafforzare il piano media della campagne sulla promozione della salute e sui corretti stili di vita con particolare riferimento a quella sul tabagismo;

**CONSIDERATO** che nella sopra citata informativa è stato rappresentato, altresì, che al fine di dare maggiore visibilità ai messaggi proposti, con i predetti fondi si provvederà ad acquistare spazi sulle principali emittenti televisive e radiofoniche commerciali e una quota sarà utilizzata per ottimizzare la diffusione delle iniziative;

**VISTO** il d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 recante "Codice dei contratti pubblici", così come modificato dal d.lgs. 19 aprile 2017, n. 56;

**VISTO** in particolare, l'art. 63 comma 2, lett. b), punto 3, del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 che prevede la possibilità di ricorrere ad una procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara qualora, per ragioni attinenti alla tutela di diritti esclusivi, i servizi possono essere forniti unicamente da un determinato operatore economico;

**ATTESO** che gli spazi sui mezzi di comunicazione sono gestiti da concessionari titolari di diritti di esclusiva per la vendita degli spazi stessi;

**CONSIDERATO** che la società Open Space Pubblicità srl è concessionaria in esclusiva per la raccolta della pubblicità dell'emittente radiofonica RTL 102,5;

**ATTESO** che per ragioni attinenti alla tutela di diritti esclusivi, sussistono le condizioni per ricorrere alla procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara, ai sensi dell'art. 63 comma 2, lett. b) punto 3 del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50;

**ATTESO** che il predetto servizio può essere affidato unicamente ad un operatore economico determinato per ragioni attinenti alla tutela di diritti esclusivi e che conseguentemente non è possibile suddividere l'appalto in lotti;

**ATTESO** che la spesa suddetta riveste carattere istituzionale e che pertanto non rientra nelle fattispecie previste dall'art. 6, comma 8, del decreto legge 31 maggio 2010, n. 78, convertito con legge 30 luglio 2010, n. 122;

**VISTE** le disposizioni sull'amministrazione del patrimonio e sulla contabilità di Stato;

### **DECRETA**

- E' dato mandato all'Ufficio 1- Affari generali della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti europei e internazionali di avviare, in osservanza alla normativa vigente, una procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lettera b) punto 3, del D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e ss.mm. finalizzata all'acquisto di spazi radiofonici dalla Società Open Space Pubblicità srl concessionaria di pubblicità in esclusiva delle Reti RTL 102,5 ai fini *dell'acquisto di spazi pubblicitari relativi alla diffusione degli spot radiofonici relativi alle campagne di comunicazione per la promozione della salute, la conoscenza dell'epilessia e per la diffusione di messaggi informativi sulla donazione e trapianti di organi*– di cui in premessa - responsabile del procedimento Dott.ssa Licia Bacciocchi;
- È autorizzata la spesa per un importo non superiore a € 94.755,69 (novantaquattromilasettecentocinquantacinque/69 ) I.V.A. esclusa da imputare:
  - per l'importo di € 52,521,12 (esclusa I.V.A.) sul capitolo 5510 pg.12, dello stato di previsione del Ministero della Salute per l'anno finanziario 2017, residui 2015, decreto n. 10959, clausola 6 (Attività di comunicazione sul volontariato in sanità);
  - per l'importo di € 14.776,39 (esclusa I.V.A.) sul capitolo 5510 pg.12, dello stato di previsione del Ministero della Salute per l'anno finanziario 2017, residui 2016, decreto n. 14421, clausola 5 (Attività di comunicazione sull'epilessia);
  - per l'importo di euro € 27.458,18 (esclusa I.V.A.) da imputare sul capitolo 5509 p.g. 1 dello stato di previsione del Ministero della Salute per l'anno finanziario 2017.
- L'Ufficio 3 – Comunicazione e informazione della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti europei e internazionali è incaricato delle attività di comunicazione – direttore dell'esecuzione del contratto Dott. Alfredo d'Ari;
- L'Ufficio 1- Affari generali della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti europei e internazionali è incaricato della sottoscrizione del contratto e dell'impegno di spesa.

Roma, li 29/11/2017

IL DIRETTORE GENERALE  
F.to (Dott.ssa Gaetana FERRI)