



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*";
- VISTA** la legge 31 dicembre 2009, n. 196, recante "*Legge di contabilità e finanza pubblica*";
- VISTO** il D.P.C.M. 11 febbraio 2014, n. 59, recante "*Regolamento di organizzazione del Ministero della salute*";
- VISTO** il decreto del Ministro della Salute dell'8 aprile 2015, recante "*Individuazione degli uffici dirigenziali di livello non generale*" registrato alla Corte dei Conti in data 23 aprile 2015, foglio 1685;
- VISTA** la legge 30 dicembre 2018, n. 145, recante "*Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019 e bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021*";
- VISTO** il decreto del Ministro dell'Economia e delle Finanze del 31 dicembre 2018 di ripartizione in capitoli delle unità di voto parlamentare relative al bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019 e per il triennio 2019-2021;
- VISTO** il decreto ministeriale dell'8 marzo 2019, con il quale sono state assegnate ai titolari dei centri di responsabilità amministrativa le risorse umane e economico-finanziarie in attuazione della Direttiva generale per l'attività amministrativa per l'anno 2019 e della legge 30 dicembre 2018, n. 145;
- VISTO** il D.P.C.M. del 19 gennaio 2018, registrato dalla Corte dei Conti al n. 335 del 14 febbraio 2018, con il quale è stato conferito al Dott. Alfredo d'Ari l'incarico di funzione dirigenziale di livello generale della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti europei e internazionali, a decorrere dal 15 febbraio 2018;
- 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 “*Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165*”;

VISTO il decreto del Ministro della Salute del 6 marzo 2015 con il quale è stato approvato il Codice di comportamento dei dipendenti del Ministero della salute, ai sensi dell’art. 54, comma 5 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, ad integrazione e specificazione del D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62;

VISTO il Piano triennale per la prevenzione della corruzione e per la trasparenza del Ministero della salute 2019-2021, adottato con D.M. 31/01/2019;

VISTO il Decreto Ministeriale del 18 dicembre 2018, registrato dalla Corte dei Conti in data 21 dicembre 2018, reg.ne prev. n. 3527, con il quale è stata approvata la programmazione delle attività di comunicazione descritta nell’allegato A, a valere sulle disponibilità dell’esercizio finanziario 2018, ed in particolare è stata approvata la realizzazione delle attività di comunicazione sulle malattie sessualmente trasmissibili (AIDS, etc);

VISTO il D.D. 21 dicembre 2018, registrato dall’Ufficio Centrale del Bilancio il 31 dicembre 2018, con il quale è stata autorizzata la spesa complessiva di € 1.549.600,00 per la realizzazione dei programmi di comunicazione di cui al predetto allegato A, ed in particolare la spesa di € 82.000,00 sul capitolo 4311 pg. 1, per anno finanziario 2019, residui 2018, decreto n. 16733, clausola 1 (Attività di comunicazione sulle malattie sessualmente trasmissibili -Aids, etc);

ATTESO che il Ministero, nell’espletamento dei propri fini istituzionali ha, tra l’altro, il compito di promuovere la prevenzione, l’informazione e la comunicazione 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 5 giugno 1990, n. 135, recante “Piano degli interventi urgenti in materia di prevenzione e lotta all'AIDS”, che promuove la realizzazione ogni anno da parte del Ministero della Salute di iniziative di informazione allo scopo di contrastare la diffusione del virus HIV;

PREMESSO che nel Programma delle iniziative di comunicazione del Ministero della Salute per l’anno 2019, elaborato da questa Direzione Generale ai sensi dell’art. 11 della citata legge n. 150 del 2000, tra le campagne di promozione ex lege viene delineata la campagna di comunicazione per la lotta all’AIDS;

ATTESO che secondo i dati del Centro Operativo Aids (COA) l’incidenza maggiore di infezione da Hiv è nella fascia di età 25 - 29 anni e che la principale modalità di trasmissione resta quella dei rapporti sessuali non protetti;

ATTESO che, d’intesa con le indicazioni formulate dai rappresentanti delle sezioni competenti del Comitato Tecnico Sanitario e con la Direzione generale della prevenzione sanitaria, l’obiettivo di comunicazione della

campagna di comunicazione per la lotta all'Aids relativa all'anno 2019 è stato individuato nel tema della lotta allo "stigma";

CONSIDERATO che, nello specifico, si è evidenziato che l'HIV viene comunemente inteso come problema "altrui" legato a categorie a rischio e che, pertanto, il messaggio da diffondere nella popolazione è che l'HIV e le infezioni sessualmente trasmesse riguardano, potenzialmente, tutti se non si adottano le misure di prevenzione; conseguentemente andrà promosso l'uso del profilattico nei casi di comportamento a rischio;

ATTESO che la campagna del 2018 "Con l'HIV non si scherza, proteggiti te stesso", per la quale sono stati diffusi due spot ideati e scritti da Dario Vergassola ed interpretati dallo stesso e dall'attrice Giulia Michelini, e tre video, realizzati con gli youtuber The Show, Daniele Doesn't Matter e Willwoosh e postati sui loro social, come emerso dall'indagine svolta dalla società SWG, ha conseguito ottimi risultati di gradimento e ricordo;

ATTESO che, secondo la predetta indagine, l'80% del campione considera positiva la scelta di utilizzare un tono complice, ironico e non giudicante, mentre il 54% ha dichiarato di aver riflettuto sui propri comportamenti a seguito della visione dello spot; è risultato inoltre un ampio gradimento riguardo ai testimonial;

TENUTO CONTO che il Gruppo di lavoro comunicazione in materia di AIDS, riunitosi in data 5 marzo u.s., ha convenuto la necessità di riprendere la campagna avviata nel 2019 in modo da continuare ad utilizzare l'approccio innovativo ideato da Dario Vergassola e rinforzare il ricordo del messaggio lanciato;

ATTESO che, per la campagna da svolgere nell'anno 2019, è stata prevista la partecipazione dello stesso Vergassola insieme a nuovi testimonial, considerati adatti a stimolare un processo di identificazione e di accettazione del messaggio dello spot, individuati negli attori Stefano Fresi e Francesco Montanari, entrambi molto apprezzati a livello nazionale e conosciuti dal target di riferimento;

RITENUTO, inoltre, opportuno di proseguire la campagna avvalendosi della collaborazione di uno *youtuber*, in quanto consentirebbe di parlare di prevenzione ai giovanissimi, con modalità espressive libere e dirette e con tempi narrativi più ampi; nello specifico, con riguardo al video da diffondere sui social, si prevede la partecipazione degli attori Vergassola, Fresi, Montanari e di Sofia Viscardi, personaggio femminile- *youtuber*, *influencer*, *blogger*, *instagrammer* - molto noto e seguito sui social (è stata inserita nella lista 2018 dei "100 under 30" più influenti nei media stilata da Forbes Italia ed è stata invitata nel gennaio 2018 al Quirinale dal Presidente Sergio Mattarella per un dibattito sui giovani e la Rete);

ATTESO che Dario Vergassola, ideatore e autore della precedente campagna per la lotta all'AIDS, si è reso disponibile a proseguire la collaborazione per la campagna relativa all'anno 2019 insieme ai nuovi testimonial;

VISTO l'appunto del 26 marzo 2019, prot. n. 817, successivamente approvato dal Ministro, con il quale si rappresenta l'intenzione di avviare la campagna di comunicazione per la lotta all'AIDS relativa all'anno 2019, secondo le modalità ed indicazioni innanzi descritte del citato Gruppo di lavoro comunicazioni AIDS, con previsione, per la produzione e la veicolazione dell'intera campagna di comunicazione, di un budget di

spesa complessivo di c.a. € 365.000,00 che graveranno in parte sul capitolo 4311, pg 1 ex lege AIDS, ed in parte sul capitolo 5510, pg. 12 anno finanziario 2019;

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, let. b), punti 1) e 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 quando i servizi possono essere forniti unicamente da un determinato operatore economico, qualora lo scopo dell’appalto consiste nella creazione o nell’acquisizione di un’opera d’arte o rappresentazione artistica unica (punto 1) o per ragioni attinenti alla tutela di diritti esclusivi (punto 3);

CONSIDERATA la natura artistica della prestazione concernente l’ideazione e realizzazione degli predetti spot per la campagna di comunicazione per la lotta all’Aids 2019, comprendente la creatività elaborata dal testimonial Dario Vergassola, l’interpretazione, la rappresentazione artistica ed i diritti d’immagine dello stesso Dario Vergassola e dei testimonial attori Fresi, Montanari e della *youtuber* Sofia Viscardi;

ATTESO che la società Ruvido Produzioni srl detiene in esclusiva la titolarità dei diritti di utilizzo dell’opera autorale dell’attore Dario Vergassola ed i diritti di utilizzo dell’immagine, nome e voce dello stesso Dario Vergassola e dei testimonial Sofia Viscardi, Francesco Montanari e Stefano Fresi, limitatamente alla campagna contro l’AIDS 2019 dal titolo “Con l’HIV non si scherza, proteggiti te stesso” e che, pertanto, ricorrono le condizioni di cui all’art. 63, comma 2, lettera b), punti 1) e 3) del d.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i.;

VISTO il preventivo presentato dalla società Ruvido Produzioni srl per l’ideazione e realizzazione di n. 3 (tre) spot televisivi, della durata di circa 30’’cadauno, di n. 4 (quattro) spot televisivi della durata di circa 10-15’’cadauno, dell’ideazione e realizzazione di n. 1 (una) pillola per il web, nonché di n. 4 (quattro) creatività stampa/affissione, per la campagna di cui in premessa, per un importo pari € 74.697,68 (settantaquattromilaseicentonovantasette/68) Iva esclusa;

TENUTO CONTO che la spesa sarà imputata per l’importo di € 82.000,00 (ottantaduemila/00) sul capitolo 4311, pg. 1, residui 2018, decreto n. 16733, clausola 1 (Attività di comunicazione sulle malattie sessualmente trasmissibili -Aids, etc), e per l’importo di € 9131,17 (novemilacentotrentuno/17) sul capitolo 4311 anno finanziario 2019;

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

1. 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) punti 1) e 3) del D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 e s.m.i.

con la società Ruvidi Produzioni srl, ai fini dell'acquisizione del servizio di ideazione e realizzazione di n. 3 (tre) spot televisivi della durata di circa 30''cadauno, di n. 4 (quattro) spot televisivi della durata di circa 10-15''cadauno, dell'ideazione e realizzazione di n. 1 (una) pillola per il web, nonché di n. 4 (quattro) creatività stampa/affissione, per la campagna di comunicazione per la lotta all'Aids 2019;

2. è autorizzata la spesa per l'importo di € 82.000,00 (ottantaduemila/00) sul capitolo 4311, pg. 1, residui 2018, decreto n. 16733, clausola 1 (Attività di comunicazione sulle malattie sessualmente trasmissibili -Aids, etc), e per l'importo di € 9131,17 (novemilacentotrentuno/17) sul capitolo 4311 anno finanziario 2019.

Roma, li 08.04.2019

IL DIRETTORE GENERALE
f.to (Dott. Alfredo d'Ari)