



# *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 delle 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 per l'Organizzazione eventi e manifestazioni per la promozione della salute (clausola n. 2);

**VISTO** il D.D. 21 dicembre 2018, registrato dall'Ufficio Centrale del Bilancio il 31 dicembre 2018, con il quale è stata autorizzata in particolare la spesa di € 1.150.000,00 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, la spesa di € 550.000,00, clausola n. 2 (Organizzazione eventi e manifestazioni per la promozione della salute);

**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;

**VISTO** il Programma delle iniziative di comunicazione per l'anno 2019 (all. 1), predisposto dalla scrivente Direzione ai sensi dell'art. 11 della citata legge n. 150 del 2000, dove la promozione della salute della donna e del bambino, ed in particolare la promozione dell'allattamento al seno, rientra tra le iniziative di comunicazione strategiche da avviare nell'anno 2019;

**CONSIDERATO** che da tempo il Ministero della salute lavora per promuovere l'allattamento materno, in accordo con le raccomandazioni e gli indirizzi di agenzie internazionali come l'UNICEF e l'OMS che raccomandano tale pratica in maniera esclusiva fino al compimento del sesto mese di vita del bambino;

**TENUTO** conto che l'allattamento al seno, oltre ad essere benefico per il bambino, è anche importante per le mamme poiché riduce, ad esempio, il rischio di emorragie post parto, di osteoporosi dopo la menopausa e, se protratto per almeno tre mesi, contribuisce a ridurre il rischio di sviluppare il cancro del

seno e dell'ovaio; la promozione ed il sostegno di tale pratica può avere dunque anche notevoli ricadute sulla salute pubblica;

**POSTO** che tuttavia nei Paesi industrializzati i tassi iniziali di allattamento sono ancora relativamente bassi: nel nostro Paese, in particolare, la pratica dell'allattamento riguarda in modo disomogeneo le varie regioni italiane poiché secondo dati Istat si osserva una maggiore diffusione di tale pratica nel Nord-est (88,5%), mentre al Sud si registra la quota più bassa (82,8%);

**CONSIDERATO** che nel passato, per cinque anni, è stato sperimentato con successo un modello di campagna di comunicazione di tipo itinerante, attraverso l'utilizzo di un camper personalizzato e l'allestimento di gazebo informativi e stand allestiti in molte città italiane, ove sono stati assicurati gratuitamente servizi alle donne attraverso la collaborazione dei professionisti delle ASL territoriali; nelle cinque edizioni della campagna sono state complessivamente raggiunti oltre 25.000 visitatori, quasi 3.000 mamme e distribuiti migliaia di opuscoli informativi;

**VISTO** che nel corso dell'ultima riunione del Tavolo tecnico operativo interdisciplinare per l'allattamento al seno (TAS) è emersa la volontà di realizzare una campagna di comunicazione televisiva e on line, volta ad evidenziare e promuovere i valori fondamentali dell'allattamento, rappresentati dalla naturalezza, unicità ed inimitabilità del latte materno, l'equità della pratica e la sostenibilità rispetto alle risorse;

**TENUTO CONTO** che obiettivo della prossima campagna 2019, rivolta ai cittadini e agli operatori del settore (medici, pediatri, medici di medicina generale, ostetriche, consultori, etc.) sarà di promuovere – attraverso i canali tv, radio e web - i valori fondamentali dell'allattamento al seno, rappresentandolo come un gesto normale e naturale, parte della vita sociale, da praticare ovunque senza problemi (non solo a casa ma anche all'aperto, sui mezzi di trasporto, nei pubblici esercizi), al fine di contrastare quei pregiudizi e quegli atteggiamenti che considerano l'allattamento in luogo pubblico come un gesto non naturale e censurabile;

**ATTESA** pertanto la necessità di procedere all'affidamento ad una società specializzata il servizio di progettazione e realizzazione di campagne di comunicazione per le iniziative di comunicazione del Ministero;

**VISTO** l'appunto al Ministro Prot. 3387 del 13 dicembre 2018, con il quale per le suddette attività è stato stimato un impegno economico complessivo entro € 40.000,00, IVA esclusa, da imputare sul capitolo 5510 p.g. 12;

**VISTO** il D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50 "Codice dei contratti pubblici", così come modificato dal d.lgs. 19 aprile 2017, n. 56 ed, in particolare, l'art. 36 comma 2, lett. a) che prevede la possibilità di ricorrere all'affidamento diretto per affidamenti di importo inferiore a € 40.000,00;

**VISTO** l'art. 1 comma 450 della legge 27 dicembre 2006, n. 296 "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato" (legge finanziaria 2007) e successive modifiche e integrazioni, in base al quale le amministrazioni statali centrali e periferiche, per gli acquisti di beni e servizi di importo pari o superiore a € 5.000,00 e al di sotto della soglia di rilievo comunitario, sono tenute a fare ricorso al mercato elettronico della pubblica amministrazione;

**CONSIDERATO** che, per garantire la maggiore convenienza possibile in termini di economicità e di operatività nell'esercizio dei servizi di cui in premessa, non risulta opportuno suddividere l'attività in lotti funzionali e occorre affidare la svolgimento dell'attività ad una società specializzata;

**TENUTO CONTO** che la società Holding Digital Relations Advertising s.p.a è specializzata nel settore della comunicazione, è iscritta al MEPA ed è in possesso di tutti quei requisiti di esperienza, professionalità e capacità tecnica atti a garantire l'efficace realizzazione del servizio;

**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 di affidamento diretto, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera a) del D.lgs. 18 aprile 2016 n. 50, per l'acquisizione del servizio di *"Realizzazione di una campagna di sensibilizzazione per la promozione dell'allattamento al seno"*, dalla Società Holding Digital Relations Advertising s.p.a., secondo quanto indicato in premessa;
2. Di autorizzare la spesa di € 39.000,00 (trentanovemila/00) esclusa I.V.A. da imputare sul capitolo 5510, pg. 12 dello stato di previsione del Ministero della Salute per l'anno finanziario 2019, residui 2018, decreto n. 16734, clausola n. 2 (Organizzazione eventi e manifestazioni per la promozione della salute).

Roma, lì 29/03/2019

**IL DIRETTORE GENERALE**

F.to Dott. Alfredo d'Ari