



Oggetto: Affidamento diretto ai sensi dell'art. 36 comma 2 lettera a) d. lgs. n. 50/2016 e ss. mm. ii., mediante trattativa diretta sul sistema di *e-procurement* del MePA con l'OE DOL Srl, avente ad oggetto i servizi di ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione AIFA sul corretto uso degli antibiotici e sui rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza - CIG ZA42ECBFC3

IL DIRIGENTE DELL'AREA AMMINISTRATIVA

Visto il decreto legislativo 30 luglio 1999, n. 300 e successive modificazioni e integrazioni, e in particolare gli articoli 8 e 9;

Visto l'art. 48 del decreto legge 30 settembre 2003, n. 269, convertito nella legge 24 novembre 2003, n. 326 che ha istituito l'Agenzia Italiana del Farmaco;

Visto il decreto n. 245 del Ministro della salute, di concerto con i Ministri della funzione pubblica e dell'economia e delle finanze, del 20 settembre 2004, recante norme sull'organizzazione e il funzionamento dell'Agenzia italiana del farmaco, emanato a norma dell'art. 48, comma 13, sopra citato, come modificato dal decreto n. 53 del Ministro della salute, di concerto con i Ministri per la pubblica amministrazione e la semplificazione e dell'economia e delle finanze del 29 marzo 2012;

Visto il Regolamento di organizzazione, del funzionamento e dell'ordinamento del personale dell'Agenzia Italiana del Farmaco, pubblicato sul sito istituzionale dell'Agenzia (comunicazione in Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana – Serie Generale n. 140 del 17 giugno 2016);

Visto il decreto del Ministro della Salute del 15 gennaio 2020, con cui il Dott. Nicola Magrini è stato nominato Direttore generale dell'AIFA e il relativo contratto di lavoro individuale sottoscritto in data 2 marzo 2020, con decorrenza in pari data;

Visto l'art. 10, comma 2, lett. e), del predetto D.M. n. 245 del 2004, ai sensi del quale è riconosciuta al Direttore Generale la possibilità di conferire *"specifica delego ai dirigenti delle aree funzionali e degli uffici dirigenziali"*;

Visto il Regolamento di Contabilità dell'AIFA, approvato con delibera del C.d.A. n. 9 del 22 dicembre 2004, come modificato con le successive delibere n. 11 del 20 aprile 2005 e n. 28 del 9 ottobre 2006;

Visto, altresì, l'art.23, comma 3, del predetto Regolamento di Contabilità ai sensi del quale *“i dirigenti autorizzati alla conclusione dei contratti sono individuati dal Direttore Generale”*;

Vista la determinazione del Direttore Generale del 1 aprile 2020, n. 352, con la quale è stato conferito al dott. Antonino Laganà l'incarico, collocato nella fascia retributiva A, di dirigente dell'Area Amministrativa dell'Agenzia Italiana del Farmaco, ai sensi dell'art. 19, comma 5-bis del decreto legislativo n. 165/2001;

Vista, altresì, la determinazione del Direttore Generale del 17 aprile 2020, n. 467, con la quale è stato conferito al dott. Antonino Laganà, fra l'altro, l'incarico *ad interim*, collocato nella fascia retributiva CI, di dirigente dell'Ufficio Attività negoziale e gestione patrimonio dell'Agenzia Italiana del Farmaco;

Vista la determinazione del Direttore Generale del 21 maggio 2020, n. 619, con la quale il dott. Antonino Laganà è delegato, ai sensi dell'art. 10, comma 2, lett. e) del D.M. n. 245/2004, alla sottoscrizione dei contratti pubblici di servizi e forniture, degli Accordi e Convenzioni con enti pubblici o soggetti privati, dei relativi atti di esecuzione e modificazioni, nonché delle determinazioni di autorizzazione di spesa di importo non superiore alle soglie di rilevanza europea di cui all'art. 35 del codice dei contratti pubblici e ss.mm.ii.;

Visto il decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50 recante *“Codice dei Contratti Pubblici”* e ss. mm. ii. ed in particolare l'art. 36, comma 2, lettera a) che, fino al 31/12/2021, consente di procedere mediante affidamento diretto per appalti di servizi e forniture di importo inferiore a 75.000,00 euro;

Viste le Linee Guida di attuazione del D. Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 emesse dall'ANAC;

Visto il D.P.R. 5 ottobre 2010 n. 207 recante *“Regolamento di esecuzione ed attuazione del decreto legislativo 12 aprile 2006, n. 163, recante Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE”*, per la parte vigente;

Vista la determinazione direttoriale n. 1766 in data 26/10/2018, con cui - ai sensi dell'art. 31 del D. Lgs. n. 50/2016 e del paragrafo art. 7 delle Linee Guida ANAC n. 3, la dott.ssa Raffaella Cugini è stata nominata *“Responsabile unico del procedimento”* (RUP) degli appalti di servizi e forniture e concessioni di servizi, di importo inferiore alle soglie comunitarie;

Vista la Legge 27 dicembre 2019 n. 160, in G.U. del 30 dicembre 2019 recante *“Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2019 e bilancio pluriennale per il triennio 2020-2022”*;

Visto il budget 2020 dell'Agenzia Italiana del Farmaco approvato con delibera del C.d.A. n. 27 del 5 dicembre 2019;

Visto il Modulo di *“Richiesta Acquisti previsti nel Budget”* dell'Ufficio Stampa e della Comunicazione del 19/10/2020 prot. n. 0114958-P, acquisito in pari data al prot. dell'Ufficio Contabilità e Bilancio n. CB-0114968-A, con il quale si richiede l'acquisto, mediante affidamento alla società DOL Srl per un importo pari a euro 39.000,00 (trentanovemila/00), oltre IVA, dei *“Servizi di ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione AIFA sul corretto uso degli antibiotici e sui rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza”*. In particolare

trattasi dei seguenti servizi, indicati nella prima parte di pag. 12 dell'offerta della DOL Srl prot. n. 0114231-16/10/2020-AIFA-AIFA_USEC-A allegata al citato Modulo:

IDEAZIONE, PRODUZIONE, CONSULENZA ed ANALISI della campagna, senza i servizi aggiuntivi indicati nella seconda parte di pag. 12 (MINI SITO e ATTIVAZIONE E GESTIONE DEI CANALI SOCIAL MEDIA DEDICATI);

Preso atto del visto della sezione "Programmazione e Controllo economico-gestionale" del 19/10/2020, n. 95/2020 attestante la copertura finanziaria;

Preso atto di quanto rappresentato nel predetto modulo e precisamente: *"L'Agenzia Italiana del Farmaco ha tra i suoi obiettivi quello di diffondere una corretta informazione sui farmaci e promuovere l'impiego sicuro ed appropriato dei medicinali. Il tema dell'uso responsabile degli antibiotici e della necessità di limitare al massimo la diffusione dell'antibiotico-resistenza è di grande attualità e importanza, soprattutto nel periodo di maggior diffusione delle infezioni virali e considerando il momento di emergenza sanitaria legata alla pandemia da Covid-19. Per questo l'AIFA ha deciso di lanciare una campagna di comunicazione destinata a informare e sensibilizzare la popolazione sull'importanza del corretto uso degli antibiotici e sui rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza";*

Preso atto di quanto rappresentato altresì nel predetto Modulo circa la competenza e professionalità della DOL Srl in quanto fornitore di importanti enti pubblici e privati a dimostrazione di un adeguato profilo di esperienza;

Vista la predetta offerta di DOL Srl - P.IVA 03817991007, per un importo pari a euro 39.000,00 (trentanovemila/00), oltre IVA per i servizi oggetto della presente procedura di acquisto;

Verificato dall'Ufficio Contabilità e Bilancio che il predetto operatore economico non è in precedenza già stato fornitore di AIFA e che pertanto il principio di rotazione è da ritenersi rispettato;

Visto l'art. 1, comma 450, L. 296/2006, come modificato dall'art. 1, comma 130, della L. 30 dicembre 2018, n. 145, in virtù del quale *"Fermi restando gli obblighi e le facoltà previsti al comma 449 del presente articolo, le altre amministrazioni pubbliche di cui all'articolo 1 del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, nonché le autorità indipendenti, per gli acquisti di beni e servizi di importo pari o superiore a 5.000 euro e inferiore alla soglia di rilievo comunitario sono tenute a fare ricorso al mercato elettronico della pubblica amministrazione ovvero ad altri mercati elettronici istituiti ai sensi del medesimo articolo 328 ovvero al sistema telematico messo a disposizione dalla centrale regionale di riferimento per lo svolgimento delle relative procedure";*

Preso atto che i servizi in oggetto sono presenti sul Mercato Elettronico della Pubblica Amministrazione (MePA) all'interno del Bando "Prestazione di Servizi alle Pubbliche Amministrazioni" nella Categoria "Servizi di Informazione, Comunicazione e Marketing" di cui all'Allegato 4 al Bando medesimo, "CPV 79341400-0 Servizi di campagne pubblicitarie";

Verificato che l'OE DOL Srl risulta essere regolarmente iscritto al suddetto Bando;

Vista l'autocertificazione dell'assenza di conflitti di interesse con la società DOL Srl, del Direttore Generale dott. Nicola Magrini, in qualità di reggente dell'Ufficio Stampa e della Comunicazione richiedente l'acquisto;

Considerato che Consip ha introdotto sul Portale del MePA un nuovo strumento informatico denominato "Trattativa Diretta", indirizzato a un unico fornitore, e che risponde alle seguenti fattispecie normative: affidamento diretto, con procedura negoziata, ai sensi dell'art. 36, comma 2, lettera a) del D. Lgs. n. 50/2016 e procedura negoziata senza previa pubblicazione del bando, con un solo operatore economico, ai sensi dell'art. 63 del D. Lgs. 50/2016;

Ritenuto opportuno nel caso di specie ricorrere all'affidamento diretto per il tramite della cosiddetta "Trattativa Diretta" sul MePA;

Tutto quanto sopra premesso e considerato

DETERMINA

Art. 1

(autorizzazione all'indizione e al contestuale affidamento)

1. Per le motivazioni citate in premessa, è autorizzata l'indizione di una procedura di acquisto tramite lo strumento fornito dal MePA della "Trattativa Diretta" con l'operatore economico DOL Srl, P.IVA 03817991007, con sede in Roma, Via G. Andreoli n. 9, per l'affidamento diretto dei servizi di ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione AIFA sul corretto uso degli antibiotici e sui rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza - CIG ZA42ECBFC3, per le motivazioni indicate in premessa.
2. È, altresì, contestualmente autorizzato l'affidamento diretto all'operatore economico DOL Srl, come da preventivo allegato al predetto modulo di richiesta di acquisto, per un importo complessivo pari a euro 39.000,00 (trentanovemila/00), oltre IVA.

Art. 2

(autorizzazione alla spesa)

1. La predetta spesa di euro 39.000,00 (trentanovemila/00), oltre IVA graverà sul budget anno 2020.
2. Il pagamento sarà effettuato mediante bonifico bancario sulle coordinate indicate dall'OE DOL Srl.

Art. 3

(pubblicità e trasparenza)

1. Gli atti relativi alla presente procedura, incluso il presente provvedimento, saranno pubblicati sul sito istituzionale dell'AIFA al link <https://www.aifa.gov.it/bandi-di-gara-e-contratti> (file disponibile in formato PDF).
2. Le pubblicazioni di cui all'art. 29, commi 1 e 2, del D. Lgs. n. 50/2016 avverranno sul sito del MIT al seguente link www.serviziopubblici.it nonché con le modalità che

ANAC andrà ad indicare. Nelle more delle determinazioni ANAC, la presente determina sarà pubblicata sul profilo informatico dell'Agenzia, nella sezione Amministrazione trasparente>Bandi di Gara e Contratti>Bandi di Gara e contratti (file disponibile in formato PDF).

Roma, 19/10/2020

Il Dirigente dell'Area Amministrativa
Antonino Laganà

Allegato:

- Modulo di "Richiesta Acquisti previsti nel Budget"
- Offerta economica DOL Srl
- Autocertificazione dell'assenza di conflitti di interesse

Pubblicato sul profilo del committente in data __/__/____.



165681622



165682033

All'Ufficio Attività negoziale e Gestione del Patrimonio

Sede

RICHIESTA ACQUISTI PREVISTI NEL BUDGET

Data della richiesta	Area/Settore/Ufficio
	Ufficio Stampa e della Comunicazione
Tipologia acquisto richiesto	BENI SERVIZI X LAVORI

DESCRIZIONE DELL'ACQUISTO RICHIESTO
(allegare eventuale relazione o capitolato tecnico)

Servizi di ideazione e realizzazione di una campagna di comunicazione AIFA sul corretto uso degli antibiotici e sui rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza. Si allega l'offerta economica ricevuta dalla società DOL s.r.l. Nel dettaglio i servizi di cui si richiede l'acquisto sono quelli indicati nella prima parte di pag. 12 (IDEAZIONE, PRODUZIONE, CONSULENZA ed ANALISI della campagna), senza i servizi aggiuntivi indicati nella seconda parte di pag. 12 (MINI SITO e ATTIVAZIONE E GESTIONE DEI CANALI SOCIAL MEDIA DEDICATI).

Durata prevista dell'acquisto	Fino al 31/12/2020
--------------------------------------	---------------------------

MOTIVI DELLA RICHIESTA DI ACQUISTO

(Es: carenza di professionalità/strutture interne; l'acquisto non si sovrappone ad altri già effettuati; etc.)

L'Agenzia Italiana del Farmaco ha tra i suoi obiettivi quello di diffondere una corretta informazione sui farmaci e promuovere l'impiego sicuro ed appropriato dei medicinali. Il tema dell'uso responsabile degli antibiotici e della necessità di limitare al massimo la diffusione dell'antibiotico-resistenza è di grande attualità e importanza, soprattutto nel periodo di maggior diffusione delle infezioni virali e considerando il momento di emergenza sanitaria legata alla pandemia da Covid-19. Per questo l'AIFA ha deciso di lanciare una campagna di comunicazione destinata a informare e sensibilizzare la popolazione sull'importanza del corretto uso degli antibiotici e sui rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza.

Al presente Modulo A si allega la proposta ricevuta dalla società DOL s.r.l. individuata per l'affidamento dei servizi di IDEAZIONE, PRODUZIONE, CONSULENZA ed ANALISI della campagna. La predetta società non è in precedenza già stata fornitore di AIFA (sarebbe, quindi, rispettato il criterio della rotazione), ha indicato di essere fornitore di importanti enti pubblici e privati (dimostrando un adeguato profilo di esperienza) ed è regolarmente iscritta al MePA al bando di cui al Capitolato 4 "Servizi di Informazione, Comunicazione e marketing". Con la DOL s.r.l. non sussistono inoltre conflitti di interessi (in allegato il modulo a firma del Direttore Generale).

Spesa prevista (I.V.A. ed oneri esclusi):		€ 39.000 (iva esclusa)	
URGENZA:	SI X	NO	
MOTIVI DELLA EVENTUALE URGENZA			
La campagna dovrebbe essere on air entro novembre, ricorrendo il 18 novembre la giornata europea degli Antibiotici			
FIRMA E TIMBRO DEL DIRIGENTE DELL'UFFICIO RICHIEDENTE			
			
NOTE ALLA RICHIESTA (da compilarsi a cura della Sezione "Valutazione limiti di spesa pubblica")			
NOTE ALLA RICHIESTA			
VERIFICA SEZIONE "Valutazione limiti di spesa pubblica"		FIRMA DIRIGENTE Ufficio Affari Amministrativi, Contabilità e Bilancio <i>(firma prevista in caso di DINIEGO richiesta)</i>	
Data ricezione: Sigla: Esito verifica: negativo positivo			
VERIFICA SEZIONE "Programmazione e Controllo economico-gestionale"		FIRMA DIRIGENTE Ufficio Affari Amministrativi, Contabilità e Bilancio <i>(firma prevista in caso di DINIEGO richiesta)</i>	

<p>Data ricezione:</p> <p>Sigla:</p> <p>Esito verifica:</p> <p style="padding-left: 100px;">negativo</p> <p style="padding-left: 100px;">positivo</p> <p>senza riallocazione risorse</p> <p>con riallocazione risorse (<i>valutazione DG</i>)</p>	
---	--

**VALUTAZIONE
DIRETTORE GENERALE**

(da compilarsi solo in caso di riallocazione risorse assegnate in budget ad altre voci di spesa)

Il Direttore Generale, preso atto de:

- la richiesta presentata dall'Ufficio/Unità _____, in data ____/____/____, prot. n. _____;
- l'istruttoria con cui è stata positivamente verificata, al fine di finanziare l'acquisto richiesto, la possibilità di procedere ad una eventuale riallocazione di risorse assegnate in budget ad altre voci di spesa ancora non utilizzate;

ritiene che l'acquisto proposto sia **NECESSARIO** **NON NECESSARIO**.

Pertanto, il Direttore Generale, dà mandato al Dirigente dell'Ufficio Affari Amministrativi, Contabilità e Bilancio a:

avviare la fase negoziale;

comunicare il diniego della suddetta richiesta di acquisto al Dirigente dell'Ufficio/ Unità richiedente responsabile del centro di costo.

Roma, li ____/____/____

Il Direttore Generale



**AUTOCERTIFICAZIONE ASSENZA CONFLITTI DI INTERESSE E
DICHIARAZIONE DI IMPARZIALITA' VERSO TERZE IMPRESE AI SENSI DEGLI ARTICOLI 46, 73 E 76
D.P.R. 445/2000**

Il sottoscritto Nicola Magrini, in qualità di dirigente richiedente l'affidamento diretto, ai sensi dell'art. 36 comma 2 lettera a) del D.lgs. n. 50/2016, all'impresa **dol** per l'ideazione e la realizzazione di una campagna di comunicazione sui pericoli dell'antibiotico resistenza, dichiara di impegnarsi ad esercitare la propria attività in modo imparziale e senza preferenze o favoritismi;

nonché, consapevole delle sanzioni penali, nel caso di dichiarazioni non veritiere e falsità negli atti, richiamate dall'art. 76 D.P.R. 445 del 28/12/2000 dichiara, ai sensi dell'art. 77, commi 4, 5, 6 e 9 del D. Lgs. n. 50/2016 di non trovarsi in nessuna delle situazioni di incompatibilità ivi previste e/o indicate nelle Linee Guida/Determinazioni adottate/adottande in merito dall'ANAC.

In virtù dell'art. 14 del codice di comportamento dei pubblici dipendenti (D.P.R. 62 del 16/04/2013) e dell'art. 15 del Codice di comportamento dell'AIFA, dichiara inoltre, di non aver già concluso nel biennio precedente contratti a titolo privato con alcuna delle suddette imprese, ad eccezione di quelli conclusi ai sensi dell'art. 1342 del cod. civ..

Roma, 19/10/2020

Il Dirigente

Nicola Magrini

AIFA

Proposta per una campagna di comunicazione informativa a supporto dei pericoli dell'antibiotico-resistenza

OFFERTA ECONOMICA

Azienda certificata ISO 9001 / ISO 27001

Rev.	Data	Motivazione	Preparata da	Approvata da
01	10/9/2020	Prima stesura	EF	AD
02	21/9/2020	Riorganizzazione dei servizi	EF, BF	AD

Spett.le
AIFA
AGENZIA ITALIANA DEL FARMACO
Via del Tritone
ROMA

Alla c.se attenzione dell'ufficio acquisti e della d.ssa Luisa Cordova;

Oggetto: **proposta di supporto e consulenza**

CONTESTO

L'Agenzia Italiana del Farmaco - AIFA è un ente pubblico che opera in autonomia, trasparenza e economicità, sotto la direzione del Ministero della Salute e la vigilanza del Ministero della Salute e del Ministero dell'Economia.

Collabora con le Regioni, l'Istituto Superiore di Sanità, gli Istituti di Ricovero e Cura a Carattere Scientifico, le Associazioni dei pazienti, i Medici e le Società Scientifiche, il mondo produttivo e distributivo.

Nello specifico:

- garantisce l'accesso al farmaco e il suo impiego sicuro ed appropriato come strumento di difesa della salute
- assicura la unitarietà nazionale del sistema farmaceutico d'intesa con le Regioni
- provvede al governo della spesa farmaceutica in un contesto di compatibilità economico-finanziaria e competitività dell'industria farmaceutica
- assicura innovazione, efficienza e semplificazione delle procedure registrative, in particolare per determinare un accesso rapido ai farmaci innovativi ed ai farmaci per le malattie rare
- rafforza i rapporti con le Agenzie degli altri Paesi, con l'Agenzia Europea dei Medicinali (EMA) e con gli altri organismi internazionali
- favorisce e premia gli investimenti in Ricerca e Sviluppo (R&S) in Italia, promuovendo e premiando la innovatività
- dialoga ed interagisce con la comunità delle associazioni dei malati e con il mondo medico-scientifico e delle imprese produttive e distributive
- promuove la conoscenza e la cultura sul farmaco e la raccolta e valutazione delle best practices internazionali.



DOL Srl è un'azienda di consulenza per l'innovazione e le strategie di comunicazione, che opera dal 1990 nel settore pubblico e privato offrendo i propri servizi a istituzioni, organizzazioni politiche, associazioni e imprese. Ha acquisito nel corso degli anni una rilevante esperienza nel settore della comunicazione istituzionale, realizzando progetti di elevata complessità e rilevanza in particolare per istituzioni primarie, grandi organizzazioni, associazioni nazionali di rappresentanza. Opera con propri professionisti e competenze.

Fra i principali progetti e commesse in corso per DOL:

- **Ministero della Salute** - gestione della comunicazione social media 2019-2021
- **Camera dei Deputati** - gestione della comunicazione social media 2019-2021
- **Google Italia** - sviluppo e gestione della piattaforma Crescere in Digitale 2015-2021
- **Istituto Tagliacarne (Unioncamere)** - piattaforma Crescere in Digitale 2015-2020
- **Associazione Nazionale Magistrati** - comunicazione, piattaforme 2015-in corso
- **UNICEF** - Supporto generale alla comunicazione online 2014-2020
- **World Food Programme Italia** - Supporto globale alla comunicazione online
- **Digital Magics** - Supporto globale alla comunicazione online
- **Tamburi Investment Partners SpA** - Supporto generale alla comunicazione online
- **Electrolux** - Sweden - Supporto al progetto Electrolux Innovation Factory

Fra le precedenti recenti esperienze:

Operation Smile, sviluppo della raccolta fondi

Centro Nazionale Trapianti, campagne di comunicazione per la giornata della donazione

UNHCR, sviluppo della comunicazione e gestione social media

ESIGENZA GENERALE

L'AIFA ha la necessità di promuovere una campagna per informare la popolazione di rischi derivanti **dall'antibiotico-resistenza**. Per questo motivo richiede a dol una proposta articolata per l'ideazione, realizzazione, gestione e supporto alla valutazione dei risultati della campagna.

Il fenomeno oggetto della campagna di comunicazione

L'AIFA ha la necessità di promuovere una campagna per **informare la popolazione di rischi derivanti dall'antibiotico-resistenza e per un corretto uso degli antibiotici**.

La descrizione del fenomeno, come riportata dal sito AIFA, è la seguente:

Gli antibiotici sono un gruppo di farmaci in grado, con differenti meccanismi di azione, di impedire lo sviluppo di batteri. Sono quindi essenziali per il trattamento delle infezioni batteriche. Fin dalla loro introduzione, gli antibiotici hanno contribuito a migliorare in modo significativo la salute della popolazione. Tali farmaci devono essere utilizzati soltanto su prescrizione dei medici ed è essenziale che siano assunti per il tempo necessario e alle dosi prescritte esclusivamente per il trattamento delle infezioni causate da batteri. Il loro utilizzo è invece inopportuno per il trattamento di malattie causate da altri agenti infettivi (virus, funghi, protozoi), a meno che non sussista il rischio identificato da uno specialista che queste si complichino per il sovrapporsi di infezioni batteriche.

Purtroppo, il loro uso eccessivo e inappropriato negli uomini e negli animali sta contribuendo ad accelerare drammaticamente il fenomeno dell'antibiotico-resistenza, il processo naturale per cui i batteri divengono resistenti a quegli antibiotici che una volta erano in grado di sconfiggerli. I batteri resistenti possono infettare l'uomo causando infezioni più difficili da trattare. La resistenza dei batteri agli antibiotici e in particolare le multi-resistenze (resistenza di un batterio a 4 o più farmaci appartenenti a classi diverse di antibiotici) rappresentano un problema di salute pubblica molto rilevante a livello globale, in quanto causano un incremento della mortalità, degenze ospedaliere prolungate e costi sanitari elevati.

Uno [studio](#) recente dell'*European Centre for Disease Prevention and Control* (ECDC) riporta che nel 2015, nei Paesi dell'Unione europea e dello Spazio economico europeo, si sono verificati 671.689 casi di infezioni antibiotico-resistenti, a cui sono attribuibili **33.110 decessi, un terzo dei quali si è verificato in Italia, evidenziando la gravità del problema nel nostro Paese.**

Dall'indagine risulta inoltre che le infezioni resistenti agli antibiotici sono diffuse in tutte le fasce di popolazione, ma **colpiscono in particolare le fasce estreme di età**. Il 75% dei casi è dovuto a infezioni correlate all'assistenza sanitaria, e ciò a sostegno della necessità di intervenire con **azioni di contrasto soprattutto negli ambienti di cura.**

Anche i [dati elaborati dai network dell'ECDC](#), l'*European Antimicrobial Resistance Surveillance* (EARS-Net) e l'*European Surveillance of Antimicrobial Consumption* (ESAC-Net), che fanno il

punto rispettivamente sulle resistenze e sul consumo degli antimicrobici nell'Unione europea, confermano nell'anno 2017 la gravità della minaccia dell'antibiotico-resistenza per l'Europa, evidenziando la priorità e l'urgenza di misure efficaci e armonizzate.

L'Italia è tra i Paesi europei con i maggiori consumi (sebbene da alcuni anni il trend sia decrescente) e con i **tassi più elevati di resistenza e multi-resistenza** (resistenza di un batterio ad almeno quattro antibiotici di classi diverse).

L'aumento delle resistenze, favorito dal consumo inappropriato e dall'abuso degli antibiotici, **può essere contrastato efficacemente solo attraverso un approccio globale - one health -** che promuova interventi per l'uso responsabile di questi farmaci in tutti gli ambiti.

Le strategie per prevenire e controllare le resistenze agli antibiotici richiedono un coordinamento a livello europeo e mondiale, ma **anche piani nazionali in grado di fronteggiare le specifiche situazioni** locali. Per tale ragione, l'Italia si è dotata del primo **Piano Nazionale di Contrasto dell'Antimicrobico-Resistenza** (PNCAR) 2017-2020 che, in coerenza con le indicazioni dell'OMS, prevede tra gli ambiti di intervento la sorveglianza dei consumi degli antibiotici sia nel settore umano che veterinario.

L'AIFA rende disponibile in questa sezione il rapporto nazionale "**L'uso degli antibiotici in Italia 2017**", che fornisce dati di consumo e spesa di questa categoria di farmaci a livello nazionale e regionale, contribuendo alle attività di sorveglianza dei consumi degli antibiotici in ambito umano previste dal PNCAR.

La campagna di comunicazione

ELEMENTI DELLA PROPOSTA

1. Ideazione della **campagna di comunicazione**
2. Ideazione e produzione dello **spot video** in diversi formati
3. Ideazione e produzione di un **sito dedicato**
4. Predisposizione e avvio di canali informativi **social-media dedicati**
5. **Gestione editoriale** del progetto fino al 31/12
6. Consulenza e supporto alla pianificazione delle campagne pubblicitarie

Ideazione della campagna di comunicazione

I DATI DI FATTO

La campagna di comunicazione sarà ideata a partire dai dati principali forniti dall'AIFA sul fenomeno e riassunti nella nota di presentazione.

- La popolazione in età avanzata è considerata il soggetto con maggiore propensione al consumo a rischio sebbene il fenomeno riguardi tutte le fasce della popolazione
- L'Italia è fra i paesi europei a maggiore consumo di antibiotici (ma con leggera diminuzione)
- In Italia si registrano i maggiori casi di resistenza e multi-resistenza
- Oltre **10.000 morti in Italia** ogni anno per questo fenomeno
- Spesso le infezioni nascono negli ambienti ospedalieri / di cura, e da qui le necessità di trattamenti
- L'aumento del fenomeno è dato anche dal consumo nella **produzione animale intensiva**, con passaggio all'uomo nella catena alimentare
- La **popolazione anziana ricorda la scoperta** e l'uso intensivo degli antibiotici **con connotazioni solo positive**, se non miracolose. Può tendere ad affidarsi senza senso critico.
- Il fenomeno del CoVid19 ha lasciato una traccia psicologica nella popolazione, soprattutto la più anziana. In modo **irrazionale** molti potrebbero affidarsi agli antibiotici anche in via preventiva o curativa per banali raffreddori autunnali spinti dall'illusione di potersi di conseguenza proteggere dal CoviD

IL MESSAGGIO

La campagna di comunicazione utilizzerà un linguaggio semplice per veicolare un messaggio dal fondo positivo: quali sono i vantaggi di ridurre il consumo di antibiotici ai soli casi accertati da un medico?

- Protezione della propria salute
- Nessun effetto sul CoVid19 (anzi, se le difese immunitarie si abbassano per cure sbagliate, il rischio di contrarre il virus aumenta)
- I batteri diventano meno resistenti se prendi meno antibiotici
- Cure ottimali: non si perde tempo in cure inutili, spesso dannose

DESTINATARI

Sebbene la popolazione più interessata, fragile e a rischio è la popolazione in età avanzata, occorre rilevare che spesso la cura degli anziani è una responsabilità dei familiari.

Il consumo di farmaci in genere riguarda tutta la popolazione con circostanze, abitudini e approcci diversi.

La campagna di comunicazione avrà quindi fra i suoi destinatari (per fasce di età):

- Mamme (cura dei bambini)
- Popolazione anziana
- Caregiver (i familiari, parenti che si occupano degli anziani o persone in cura)
- Adulti in genere in apprensione per il COVID-19
- Ragazzi che iniziano una vita indipendente

CONCETTO CHIAVE DELLA CAMPAGNA

- Usare gli antibiotici in modo consapevole è una responsabilità di tutti
- Gli antibiotici non hanno alcuna efficacia contro il COVID e le infezioni virali

Ideazione e produzione di uno spot video

L'elemento centrale della campagna di comunicazione sarà un video realizzato in animazione grafica il cui scopo sarà quello di veicolare il messaggio centrale con un linguaggio semplice, di immediata comprensione per i diversi destinatari.

Il video ha la capacità di attirare l'attenzione, aiuta a trasferire al destinatario una maggiore persistenza e ricordo del messaggio.

L'animazione sarà realizzata sulla base di uno *storyboard* condiviso e validato dal committente, nel quale i messaggi saranno esplicitati sia nelle componenti grafiche, sia nella voce narrante, prodotta da doppiatori professionisti e infine nella sottotitolazione per alcuni canali, in particolare i social media.

La fruizione di video sui dispositivi mobili infatti avviene spesso in modalità "muta". In questo caso la sottotitolazione consente di specificare meglio ogni passaggio del video animato.

FORMATI DEL VIDEO

L'uso di diversi canali per la campagna comporterà la necessità di declinare lo spot video in diversi formati. Fra questi, in via indicativa e non esaustiva:

- Televisione - formato 16/9
- Formato cinema eventuale (21/9)
- Youtube HD / SD
- Formato Vimeo HD
- Social media
 - Formato Facebook
 - Formato Twitter
 - Formato Instagram

SERVIZI AGGIUNTIVI COMPLEMENTARI

Ideazione e realizzazione di un minisito

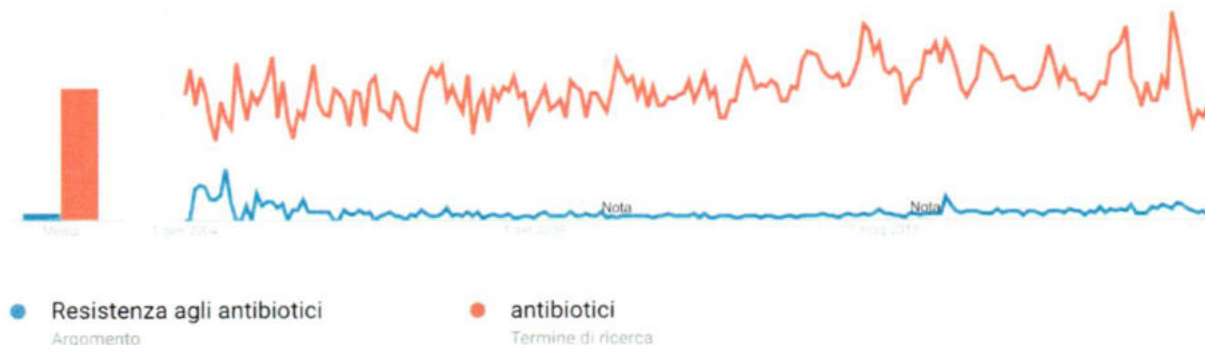
Ideazione e realizzazione di un minisito dedicato non solo specificatamente a questa campagna oggetto dell'incarico, ma al problema in genere dell'antibiotico-resistenza.

Il minisito resterà quindi in modo permanente a supporto della necessità di informare, in linea con il [Piano Nazionale di Contrasto dell'Antimicrobico-Resistenza](#) (PNCAR) 2017-2020 . Nel sito saranno presenti, a titolo indicativo, le seguenti sezioni:

- Materiali della campagna in corso
- Materiali di campagne precedenti
- Notizie e aggiornamenti
- Anteprima dei canali social media
- Appuntamenti eventuali di interesse pubblico generale (es: giornata mondiale AR)
- Domande e risposte più frequenti

Lo scopo del sito è anche quello di intercettare le molte richieste che gli utenti fanno al motore di ricerca Google. La pubblicazione di **schede chiare, strutturate e autorevoli**, che quindi corrispondono alle esigenze di *ottimizzazione per i motori di ricerca* (SEO) consentirà al motore di ricerca, nel tempo, di proporre i contenuti del sito come risposta ufficiale privilegiata ai dubbi degli utenti.

E' infatti riscontrato che nel tempo **aumentano le ricerche online fatte dagli utenti** sia sul tema "*Antibiotici*" che sullo specifico tema "*Resistenza agli antibiotici*".



Un sito dedicato, aggiornato e con un servizio di supporto al cittadino potrà diffondere in modo più capillare informazione sull'argomento.

Predisposizione, attivazione e gestione di canali social media

Predisposizione, attivazione e gestione di canali dedicati sui principali social media. I canali non sono legati esclusivamente a questa campagna ma in senso più generale all'argomento. Potranno quindi accompagnare nel tempo le attività di comunicazione dell'AIFA sul tema e aggregare una comunità di persone sensibili all'argomento.

La patrimonializzazione di una comunità in questo senso aiuterà nel tempo ad ampliare la portata dei messaggi, la pervasività delle campagne e l'ingaggio generale della popolazione in prossimità di eventi nazionali ed europei.

CANALI PREVISTI

E' prevista la predisposizione e la gestione dei seguenti canali:

Facebook

Più adatto alla popolazione generalista, vede molti iscritti anche nella fascia di età avanzata della popolazione. Come social network "popolare" è molto diffuso nella cittadinanza.

Twitter

Meno diffuso nella popolazione generale vede però una forte concentrazione di persone influenti del mondo media e dello spettacolo, oltre che canale privilegiato dalle figure istituzionali. E' utilizzato per amplificare i messaggi attraverso i media tradizionali.

Instagram

Molto utilizzato dalla fascia giovane della popolazione, consente di aggregare rapidamente un'utenza molto esperta nell'uso della rete e trasferire così con continuità messaggi a soggetti sensibili e recettivi.

ATTIVITA' PREVISTE SUI CANALI SOCIAL MEDIA

- Ideazione e proposta di **un piano editoriale** dedicato al tema
- Produzione settimanale dei messaggi (fino a 10 per canale)
- Supporto alla gestione e integrazione del piano editoriale
- Supporto creativo per la continua declinazione visiva (grafica) dei messaggi
- Supporto editoriale per la cura dei singoli post di promozione
- Elaborazione di una strategia di promozione a pagamento

Consulenza e supporto alla gestione della campagna

La comunicazione digitale rappresenta uno strumento di notevole importanza, considerata la pervasività e capillarità dei mezzi utilizzabili.

L'uso degli strumenti digitali consente di amplificare la portata dei messaggi, se utilizzati con continuità e in modo aggregativo.

Con l'uso efficiente, continuativo, mirato dei diversi strumenti sarà possibile migliorare gli indicatori chiave delle prestazioni (KPI) non limitati alla sola quantità di pubblico raggiunto, ma più in generale al coinvolgimento degli utenti, alla viralità dei messaggi ed alla generazione di interazioni fra i diversi possibili destinatari.

Fra le attività previste, per via indicativa e non esaustiva, vi saranno:

- Analisi sullo stato dei canali
- Predisposizione di un piano editoriale differenziato
- Valutazione per l'attivazione di nuovi canali
- Rapporti con figure influenti della rete
- Analisi dei requisiti per nuovi progetti o prodotti digitali

COSTI PREVISTI

IDEAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

Ideazione della campagna di comunicazione con la presentazione di tre proposte alternative declinabili in multisoggetto

12.000 €

IDEAZIONE E PRODUZIONE DI UN VIDEO SPOT

Ideazione della campagna di uno video spot animato in grafica con illustrazioni e personaggi originali. Produzione completa con voiceover e sottotitoli; declinazione in tutti i canali e formati previsti

- Versioni video per i vari formati
- Versione audio del sito per utilizzo in spot Radio

14.000 €

PRODUZIONE GRAFICA A SUPPORTO

Produzione grafica e infografica a supporto per accompagnare la campagna informativa. Produzione e declinazione di nuovi messaggi, fatti, dati aggiornati ed animazioni a uso dei social media

Supporto operativo e tecnico fino al 31/12/2020

6.500 €
fino al 31/12

CONSULENZA EDITORIALE / REPORT / ANALISI

Gestione editoriale del sito dedicato in raccordo con AIFA

Supporto per la consulenza generale per la conduzione della campagna, rapporti con i media per la promozione del progetto.

Produzione di report sull'andamento settimanale delle promozioni eventuali

Allestimento di un piano di promozione (escluso budget e gestione budget)

Supporto operativo e tecnico fino al 31/12/2020

6.500 €
fino al 31/12

SERVIZI COMPLEMENTARI AGGIUNTIVI

MINISITO DEDICATO

Ideazione, progettazione e realizzazione di un minisito dedicato al fenomeno, coerente con la campagna di comunicazione e collettore di notizie, appuntamenti, materiali della campagna, FAQ e supporto.

22.000 €

ATTIVAZIONE E GESTIONE DEI CANALI SOCIAL MEDIA DEDICATI

Predisposizione, allestimento ed attivazione dei canali social media dedicati all'argomento, concepiti per essere canali continuativi, permanenti sul tema.

Gestione editoriale, moderazione e animazione del canale fino al 31/12/2020

9.000 €
fino al 31/12



CONDIZIONI GENERALI

ESCLUSIONI

Restano esclusi dalle attività di supporto e consulenza:

- Eventuali licenze software in acquisto o canoni periodici finalizzate alla gestione delle attività critiche;
- APPLICAZIONI MOBILI
- Budget per campagne pubblicitarie
- Produzioni video aggiuntive esterne alla produzione dello spot e delle sue declinazioni
- Tutte le attività e interventi non indicati esplicitamente nella proposta di progetto.

GRUPPO DI LAVORO DEDICATO

E' previsto un gruppo di lavoro dedicato per l'allestimento della campagna e la gestione delle attività previste. Fra le figure professionali coinvolte:

BREVE PROFILO

Loredana Spedicato - Esperienza decennale in qualità di consulente per la comunicazione presso l'ufficio stampa del Senato della Repubblica, ha avviato e gestito i contenuti del sito e dei canali social dell'istituzione (Twitter e Instagram) e curato una newsletter dedicata all'informazione parlamentare. Come copy, ha redatto riviste tematiche nel settore agritech destinate a investimenti finanziari. In Dol si occupa di strategie Social Media e supporta gli uffici stampa di clienti istituzionali, con la gestione diretta di progetti tra cui Camera dei Deputati, ANM, World Food Programme Italia.

Giacomo Rossi - 9 anni di esperienza in qualità di consulente per la comunicazione presso l'ufficio stampa del Senato della Repubblica. In quel contesto avvia gli account social dell'istituzione (Twitter e Instagram) e inaugurato una newsletter dedicata all'informazione parlamentare. Ha curato progetti di comunicazione istituzionale presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri. In Dol cura le strategie digitali, in particolare Social Media, di clienti di livello nazionale e internazionale, tra cui Ministero della Salute, Camera dei Deputati, World Food Programme (ita), Google, ANM, UNICEF, Unhcr, Gruppo editoriale Mauri Spagnol. E' stato docente all'Università di Roma "Tor Vergata" nell'ambito del corso di "Giornalismo politico radiotelevisivo".

Laura Laportella Dal 2014 si occupa di comunicazione politica e istituzionale. Laureata in

Scienze Politiche e Relazioni Internazionali presso "La Sapienza" si è specializzata in Comunicazione Pubblica e Sociale con un master svolto presso la Scuola IAD dell'Università "Tor Vergata", in cui attualmente tiene in qualità di docente esterno un modulo sulla Comunicazione Digital per la PA. Ha vissuto per 3 anni a Parigi lavorando in contesti internazionali nel settore della Comunicazione Digitale per importanti gruppi editoriali come Melty, Webedia. Ha collaborato con diversi partiti politici e ricoperto il ruolo di Campaign Manager nelle ultime tornate elettorali. È consulente presso la Presidenza della Regione Lazio in qualità di esperta di Social Media Ads, Programmatic ADV e Native Adv. Cura per DOL importanti clienti fra cui le attività social del Ministero della Salute.

Alessandro Aquino - Designer, si occupa di progettazione grafica e design da più di 10 anni. Specializzatosi sulla progettazione web allo IED di Roma, certificato Hootsuite, lavora su importanti progetti di comunicazione svolti per istituzioni, multinazionali, partiti politici e grandi clienti nazionali, occupandosi di Art Direction Web, UI Design, UX, Graphic & Digital Design, Branding, Advertising e BTL.

Blanca Fuentes Aedo

Project Manager Dol, 8 anni di esperienza nella Gestione di progetti per organizzazioni complesse. Laurea quinquennale in Pubblicità e Pubbliche Relazioni (Universidad del País Vasco) - Borsa di Studio Erasmus Univ. La Sapienza in comunicazione. Esperienza in Gestione della comunicazione interna ed esterna di una azienda, ONG o enti istituzionali; creatività e pianificazione di campagne pubblicitarie; graphic design; pianificazione di marketing; market research; realizzazione audiovisiva. Cura le attività di clienti complessi come Google Italy, in passato progetti Centro Nazionale Trapianti - Gornata europea della donazione di organi.

Roberta Oriano - Graphic designer e illustratrice, diplomata all'Accademia delle Belle arti di Napoli con lode. Master post-laurea in Graphic Design conseguito presso lo IED - Istituto Europeo di Design con il massimo dei voti. Per Dol ha curato la progettazione grafica per primari clienti come Ministero della Salute, Google, Unicef Italia, Digital Magics, Tamburi Investment Partner, ANM, Gruppo editoriale Mauri Spagnol.

Gianluca Di Salvo Più 25 anni di esperienza nei settori IT, Web e Web Marketing. Specializzato in progetti di posizionamento e visibilità online, sono consulente SEO e SEM. Esperto in gestione e ottimizzazione di campagne pubblicitarie sui nuovi media: Social media advertising, Google Ads, Web Analytics. SEO OnSite, SEO OffSite, Analisi e strategia SEO. Dal 2009 si occupa di ottimizzazione sui motori di ricerca e campagne di Web Marketing.



TEAM DI SVILUPPO

Oltre alle figure indicate, DOL mette a disposizione un gruppo di sviluppo e programmazione con elevate competenze tecnologiche per garantire la progettazione, ingegnerizzazione e programmazione per il sito web e le eventuali integrazioni software previste.

Gruppo di lavoro ingegneria e sviluppo: 5 figure professionali interne

- Sviluppatori software web
- Analista di sistema
- Architettura delle applicazioni
- Programmatori full stack (front-end - back-end)

PAGAMENTI

Importi IVA 22% esclusa

Fatturazione e pagamenti saranno effettuati nelle seguenti modalità: 30gg data fattura.

Fatturazione anticipata e pagamenti a vista per licenze software, costi accessori, spese concordate.

Roma, li 16 settembre 2020

PER ACCETTAZIONE
