MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI

IL DIRIGENTE

VISTO il R.D. 18 novembre 1923, n. 2440, concernente l'Amministrazione del Patrimonio e la Contabilità Generale dello Stato e il relativo Regolamento approvato con R.D. 23 maggio 1924, n. 827;

VISTO il D.lgs. 30 marzo 2001, n. 165, recante "Norme generali sull'ordinamento alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche";

VISTO il D.P.R. 15 marzo 2017, n. 57, recante "Regolamento di organizzazione del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali", pubblicato sulla GURI n. 103 del 05.05.2017, in vigore dal 20 maggio 2017;

VISTO il D.lgs. 18 aprile 2016, n. 50, recante "Codice dei Contratti Pubblici";

VISTO il D.L. 18 aprile 2019, n. 32, convertito, con modificazioni, dalla Legge 14 giugno 2019, n. 55, recante "Disposizioni urgenti per il rilancio del settore dei contratti pubblici, per l'accelerazione degli interventi infrastrutturali, di rigenerazione urbana e di ricostruzione a seguito di eventi sismici" (cosiddetto "Decreto Sblocca Cantieri");

VISTO il D.L. 19 maggio 2020, n. 34, convertito, con modificazioni, dalla Legge 17 luglio 2020, n. 77, recante "Misure urgenti in materia di salute, sostegno al lavoro e all'economia, nonché di politiche sociali connesse all'emergenza epidemiologica da COVID-19" (cosiddetto "Decreto Rilancio");

VISTO il D.L. 16 luglio 2020, n. 76, convertito, con modificazioni, dalla Legge 11 settembre 2020, n. 120, recante "Misure urgenti per la semplificazione e l'innovazione digitali" (cosiddetto "Decreto Semplificazioni");

VISTO il D.L. 31 maggio 2021, n. 77, convertito, con modificazioni, dalla Legge 29 luglio 2021, n. 108, recante "Governance del Piano nazionale di ripresa e resilienza e prime misure di rafforzamento delle strutture amministrative e di accelerazione e snellimento delle procedure" (cosiddetto "Decreto Semplificazioni bis");

VISTO il Decreto del Ministro delle Infrastrutture e dei Trasporti n. 14 del 16 gennaio 2018 con il quale è stato approvato il nuovo Regolamento per la redazione e la pubblicazione del programma triennale dei lavori pubblici, nonché del programma biennale per l'acquisizione di forniture e servizi e dei relativi elenchi e aggiornamenti annuali;

VISTO il Decreto Direttoriale n. 33/10 del 14 gennaio 2021 di approvazione del Programma Biennale 2021/2022 per gli acquisti di beni e servizi di importo unitario stimato pari o superiore a € 40.000,00, nella sua ultima versione aggiornata con Decreto Direttoriale n. 33/922 del 09.12.2021;

VISTO l'art. 1 "Riduzione della spesa per l'acquisto di beni e servizi e trasparenza delle procedure" del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, convertito, con modificazioni, dalla Legge 7 agosto 2012, n. 135, recante "Disposizioni urgenti per la revisione della spesa pubblica con invarianza dei servizi ai cittadini nonché misure di rafforzamento patrimoniale delle imprese del settore bancario";

VISTA la nota prot. n. 31/0005937 del 08.09.2015 del Segretariato Generale, con la quale è stata trasmessa la circolare congiunta del Dipartimento dell'Amministrazione Generale, del Personale e dei Servizi e del

Dipartimento della Ragioneria Generale dello Stato del 25 agosto 2015, che ribadisce l'obbligo di approvvigionamento per le amministrazioni statali per il tramite di Consip S.p.A.;

VISTA la Legge di Stabilità 2016 (Legge 28 dicembre 2015, n. 208), pubblicata sulla G.U. n. 302 del 30 dicembre - Suppl. Ordinario n. 70, che contiene una manovra di razionalizzazione dei processi di approvvigionamento di beni e servizi per le amministrazioni pubbliche;

VISTO l'art. 37 "Aggregazioni e centralizzazione delle committenze" del D.lgs. n. 50/2016, che ribadisce gli obblighi introdotti dalla sopra citata legge;

VISTA la Legge di Stabilità 2017 (Legge 11 dicembre 2016, n. 232), pubblicata sulla G.U. n. 297 del 21 dicembre 2016 - Suppl. Ordinario n. 57, che contiene ulteriori misure di razionalizzazione della spesa pubblica, con particolare riferimento all'acquisizione di beni e servizi in forma centralizzata;

VISTA la Legge di Bilancio 2018 (Legge 27 dicembre 2017, n. 205), pubblicata sulla G.U. n. 302 del 29 dicembre 2017 - Suppl. Ordinario n. 62, che contiene ulteriori indicazioni in relazione alla centralizzazione degli acquisti;

VISTA la Legge di Bilancio 2019 (Legge 30 dicembre 2018, n. 145), pubblicata sulla G.U. n. 302 del 31 dicembre 2018 - Suppl. Ordinario n. 62;

VISTA la Legge di Bilancio 2020 (Legge 27 dicembre 2019, n. 160), pubblicata sulla G.U. n. 304 del 30 dicembre 2019 - Suppl. Ordinario n. 45;

VISTA la Legge di Bilancio 2021 (Legge 30 dicembre 2020, n. 178), pubblicata sulla G.U. n. 322 del 30 dicembre 2020 - Suppl. Ordinario n. 46;

PRESO ATTO che, con nota protocollo n. 31/7597 del 04.10.2016 avente ad oggetto "Indicazioni in materia di affidamenti a soggetti esterni", il Segretariato Generale, in un'ottica di maggiore responsabilizzazione delle strutture interne volte all'effettiva attuazione del principio di buona amministrazione, come ribadito anche dalla Determinazione dell'ANAC n. 12 del 28 ottobre 2015, ha richiesto l'esplicitazione formale dei motivi sottesi al ricorso alla commessa pubblica attraverso una rappresentazione qualitativa e quantitativa del fabbisogno interno in termini di beni e servizi da affidare;

VISTO il Programma di Comunicazione 2021, redatto ai sensi dell'art. 11 della legge n. 150 del 7 giugno 2000 e trasmesso al Capo del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria (D.I.E.) Presidenza del Consiglio dei Ministri dall'ufficio di gabinetto del Ministro con nota prot. 28/155 del 05/01/2021;

CONSIDERATO che salute e sicurezza sui luoghi di lavoro sono temi di grande rilevanza sociale e che il contrasto agli infortuni sul lavoro costituisce una priorità assoluta per l'agenda politica del nostro Paese;

CONSIDERATO che l'Italia, infatti, pur avendo una legislazione completa e moderna in materia, continua a registrare un tragico bilancio di incidenti e morti sul lavoro;

CONSIDERATO che troppo spesso la cronaca riporta storie gravissime di vite spezzate e che compito del Governo è anche quello di trovare soluzioni concrete ed efficaci per ridurre il numero delle vittime, decisamente inaccettabile;

CONSIDERATO che i dati degli ultimi due anni confermano un andamento negativo per la sicurezza sul lavoro con lo spropositato aumento del numero dei decessi professionali;

CONSIDERATO che in questo contesto il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, in considerazione delle proprie competenze e del proprio ruolo istituzionale, intende farsi promotore di un forte presidio centrale dei prossimi interventi in materia di sicurezza al fine di realizzare il coordinamento tra tutte le

amministrazioni coinvolte;

CONSIDERATO che il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, come parte integrante della strategia di contrasto agli incidenti sul lavoro, intende realizzare una campagna di sensibilizzazione sull'importanza della prevenzione al fine di accrescere e incoraggiare un senso diffuso di responsabilità;

CONSIDERATO che la campagna, inoltre, è l'occasione per dare un forte segnale della presenza istituzionale rispetto ai tragici incidenti sul lavoro che troppo spesso riempiono le pagine di cronaca;

CONSIDERATO che la campagna sulla sicurezza sul lavoro è finalizzata a evidenziare il rinnovato impegno delle istituzioni per fronteggiare l'emergenza, anche al fine di assicurare una ripartenza sicura dopo la pandemia;

CONSIDERATO che la campagna intende diffondere le misure concrete introdotte dal Governo per arginare l'emergenza, quali il rafforzamento del sistema di vigilanza, l'introduzione di un sistema sanzionatorio efficace e tempestivo, la realizzazione di interventi di formazione per lavoratori e imprese;

CONSIDERATO che la campagna intende evidenziare l'importanza della prevenzione e accrescere il senso di responsabilità di ciascun cittadino;

CONSIDERATO che di fronte a tale emergenza la campagna ha l'obiettivo di informare i cittadini in merito agli interventi che saranno introdotti per arginare il fenomeno;

ATTESO che il target individuato è vario e trasversale ed è rappresentato da datori di lavoro, lavoratori parti sociali, stakeholder ed opinione pubblica e può essere raggiunto con mezzi di comunicazione di ampia diffusione quali televisione e radio nazionali e locali, acquisizione di spazi su quotidiani nazionali anche in formato web, social;

CONDIDERATO che alla luce degli obiettivi citati, questa Direzione ha elaborato un piano mezzi per diffondere il messaggio in maniera efficace e capillare rispetto al target di riferimento individuato, attraverso uno spot tv di 30", uno spot radiofonico di 30", campagna stampa e campagna web e social per la campagna di promozione della campagna sulla sicurezza sul lavoro;

CONSIDERATO che il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali intende dare la più ampia diffusione a tali nuove misure attraverso il passaggio dello spot oltre che sulle reti RAI anche su alcune delle reti nazionali private e delle reti locali private;

CONSIDERATA la necessità e l'urgenza della scrivente Direzione di avvalersi di operatori specializzati per la specializzati per la pubblicazione su stampa nazionale cartacea e web e per la diffusione di uno spot video di 30", di uno spot audio di 30", della campagna di comunicazione innanzi citata, al fine fornire informazione in maniera ampia e capillare su tutto il territorio nazionale;

RITENUTO garantire il rispetto delle quote previste dall'art. 41 del D.lgs. n. 177/2005 per l'acquisto di spazi per fini di comunicazione istituzionale, computando tale campagna di comunicazione nel complesso di tutte le iniziative di comunicazione istituzionale inserite nel Programma annuale di Comunicazione;

CONSIDERATO che gli ascoltatori della radio sono oltre trentacinque milioni al giorno, e che nei momenti cruciali della giornata, è in grado di raggiungere anche tutte quelle persone che sono contestualmente impegnate in altre attività;

CONSIDERATO che nel rispetto complessive delle quote del piano mezzi la campagna prevede di divulgare un'informazione capillare anche attraverso la stampa nazionale sia in edizione cartacea, sia in edizione digitale;

INDIVIDUATO il quotidiano di informazione La Repubblica, secondo quotidiano d'Italia per diffusione totale e anche per quantità di lettori sia nella versione cartacea sia nella versione digitale, quale mezzo idoneo per la diffusione della campagna di comunicazione in parola;

INDIVIDUATO il quotidiano La Stampa quarto quotidiano italiano per diffusione, da sempre con un ruolo determinante nel panorama sociale ed economico italiano, confermandosi già dagli anni 70, insieme a Repubblica e Corriere, tra i quotidiani nazionali di informazione più autorevoli, diffusi e letti, quale mezzo idoneo per la diffusione della suddetta campagna sia nella versione cartacea sia nella versione digitale;

INDIVIDUATI Radio DJ radio giovane, attuale e trendy, espressione di uno stile di vita, che propone un palinsesto organizzato per programmi, capace di arrivare a diversi target di pubblico ed il circuito radio locale CNR, realtà che collega grandi emittenti areali e regionali fortemente radicate nel territorio, ciascuna con una propria qualificata proposta editoriale, quali mezzi idonei per la diffusione della suddetta campagna;

INDIVIDUATO Huffingtonpost.it come blog e aggregatore di notizie che permette di aggregare contenuti e audience e di generare scambio e condivisione all'interno di una comunità, quale strumento idoneo alla diffusione della campagna in parola;

CONSIDERATO che la società A. MANZONI & C. S.p.A., con sede in Via Ernesto Lugaro 15, Torino (TO) P.IVA 04705810150 è la concessionaria di pubblicità esclusiva dei mezzi innanzi indicati;

VISTA la richiesta esplorativa prot. n. 33/4712 del 16.12.2021 inviata alla concessionaria A. MANZONI & C. S.p.A. per la formulazione di un preventivo di spesa per la diffusione della campagna informativa sulla sicurezza sul lavoro relativa a: i) la diffusione di uno spot audio di 30 per numero 60 (sessanta) passaggi per un periodo di dieci giorni su Radio Dj; ii) la diffusione di uno spot audio di 30" per numero 60 (sessanta) spot (6 spot al dì in 5/1) per un periodo di dieci giorni sul Circuito CNR; iii) n. 2 uscite più n. 2 uscite Venerdì formato maxiquadrotto sul quotidiano Repubblica; iv) n. 2 uscite formato maxiquadrotto sul quotidiano La Stampa; iv) inserzione pubblicitaria skin più big -fascia 7/10 – 750.000 impression su stampa.it per un periodo di sette giorni, v) inserzione pubblicitaria Home Page PREMIUM NEWS* con formato Big Rectangle (300 x 250) in fascia oraria 10/13 con 1.300.000 su Repubblica.it e Huffingtonpost.it per un periodo di sette giorni;

CONSIDERATO che con la citata nota prot. n. 33/4730 del 17.12.2021 è stato richiesto alla concessionaria indicare nell'offerta di prestare, in caso di affidamento, una cauzione nella misura del 3% dell'importo contrattuale o praticare uno sconto dell'1% sullo stesso importo, ai sensi dell'art. 54 del R.D. n. 827/1924;

CONSIDERATO che con la citata nota prot. 33/4730 del 17.12.2021 è stato richiesto alla concessionaria di trasmettere autodichiarazione concernete il possesso di diritti esclusivi per i mezzi indicati nella richiesta esplorativa;

VISTO il preventivo di spesa trasmesso dalla concessionaria A. MANZONI & C. S.p.A., con sede in Via Ernesto Lugaro 15, Torino (TO) P.IVA 04705810150 ed assunto al protocollo con il numero 33/4760 del 20.12.2021, determinato in relazione al listino della concessionaria attualmente vigente per la campagna informativa del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali sulla sicurezza sul lavoro: i) per la diffusione di uno spot audio di 30 per numero 60 (sessanta) passaggi per un periodo di dieci giorni su Radio Dj; ii)per la diffusione di uno spot audio di 30" per numero 60 (sessanta) spot (6 spot al dì in 5/1) per un periodo di dieci giorni sul Circuito CNR; iii) n. 2 uscite più n. 2 uscite Venerdì formato maxiquadrotto sul quotidiano Repubblica; iv) n. 2 uscite formato maxiquadrotto sul quotidiano La Stampa; iv) inserzione pubblicitaria skin più big -fascia 7/10 – 750.000 impression su stampa.it per un periodo di sette giorni, v) inserzione pubblicitaria Home Page PREMIUM NEWS* con formato Big Rectangle (300 x 250) in fascia oraria 10/13 con 1.300.000 su Repubblica.it e Huffington post.it per un periodo di sette giorni;

CONSIDERATO che l'importo complessivo di € 118.000,00 IVA esclusa è rideterminato in ragione dello sconto

dell'1% alternativo alla cauzione ai sensi dell'art. 54 del R.D. n. 827/1924 in € 116.820,00 IVA esclusa;

RITENUTA la proposta trasmessa dalla concessionaria A. MANZONI & C. S.p.A. come sopra individuata, del valore complessivo di € 116.820,00 (IVA esclusa) rispondente alle esigenze dell'Amministrazione sia dal punto di vista economico, determinato in relazione al listino prezzi e dell'ulteriore sconto dell'1% alternativo alla cauzione ai sensi dell'art. 54 del R.D. n. 827/1924 sia dal punto di vista delle specifiche tecniche;

CONSIDERATO nel preventivo di spesa, la società A. MANZONI & C. S.p.A., con sede in Via Ernesto Lugaro 15, Torino (TO) P.IVA 04705810150 ha dichiarato di essere concessionaria esclusiva per i mezzi Radio Deejay, La Stampa, Huffingtonpost.it e prodotto network Premium News, e che è subconcessionaria in esclusiva degli spazi pubblicitari per l'iniziativa commerciale radiofonica nazionale "CNR Radio FM", mentre per la testata La Repubblica e i relativi supplementi è concessionaria in esclusiva per l'edizione nazionale e per l'edizioni locali, ad unica eccezione delle edizioni locali di Genova e Torino;

CONSIDERATO che il perfezionamento dell'affidamento sarà effettuato mediante una Trattativa Diretta ai sensi dell'art. 63 del D.lgs. n. 50/2016 nell'ambito dell'iniziativa "Servizi", categoria "Servizi di informazione, comunicazione e marketing" sul Mercato elettronico della pubblica Amministrazione (MePA);

RAVVISATA la ricorrenza, nel caso di specie, delle condizioni stabilite dall'art. 63, comma 2, lettera b), punto elenco n. 3 del D.lgs. n. 50 del 18 aprile 2016;

VISTO il Decreto Direttoriale n. 33/960 del 21.12.2021, a mezzo del quale è stato disposto di concludere con la società A. MANZONI & C. S.p.A., con sede in Via Ernesto Lugaro 15, Torino (TO) P.IVA 04705810150 concessionaria esclusiva di Radio Dj, Repubblica, La stampa, Repubblica.it e Huffington post.it., ai sensi dell'art. 63, comma 2, lettera b), punto elenco n. 3 del D.lgs. n. 50 del 18 aprile 2016, mediante una Trattativa Diretta ai sensi dell'art. 63 del D.lgs. n. 50/2016 nell'ambito dell'iniziativa "Servizi", categoria "Servizi di informazione, comunicazione e marketing" sul Mercato elettronico della pubblica Amministrazione (MePA), l'affidamento per l'acquisto di spazi per la promozione e diffusione della campagna informativa del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali sulla sicurezza sul lavoro, per un valore complessivo pari ad € 116.820,00 oltre IVA come descritto nell'offerta unita al presente atto;

VISTA l'offerta economica presentata dalla società A. MANZONI & C. S.p.A pari ad € 116.820,00 (centosedicimilaottocentoventi/00);

VISTO il contratto tra l'Amministrazione e la sopra citata società, sottoscritto con firma digitale secondo le modalità previste sul Mercato elettronico per la PA gestito da Consip e assunto al protocollo con n. 33/4862 del 24.12.2021;

EFFETTUATE, d'ufficio, le verifiche sulla regolarità contributiva;

CONSIDERATO che il sopra citato Decreto n. 33/960 del 21.12.2021 ha posto la spesa necessaria per finanziare l'intervento a carico del Capitolo di bilancio 3111 PG 32;

VERIFICATA la disponibilità finanziaria sul capitolo di bilancio 3111 PG 32;

VISTO il Decreto Direttoriale n. 33/608 del 25.09.2020, registrato presso l'Ufficio Centrale di Bilancio il 29.09.2020 con il quale la Dott.ssa Rosanna Margiotta, dirigente di seconda fascia della Divisione I della scrivente Direzione Generale, è stata delegata alla firma degli atti relativi all'esercizio del potere di spesa nei limiti stabiliti in seno al predetto decreto;

Tanto premesso,

D E C R E T A

Articolo 1

La premessa narrativa forma parte integrante formale e sostanziale al presente atto.
Ai sensi dell'art. 33 del Dlgs n.50 del 18 aprile 2016, il contratto di cui in premessa, avente ad oggetto l'affidamento per la campagna di Sicurezza sul Lavoro – acquisto spazi concessionaria – A. MANZONI & C. S.P.A., per un valore complessivo pari ad € 116.820,00 oltre IVA, allegato in copia al presente atto, è a tutti gli effetti di legge approvato.

Articolo 2

E' impegnata la somma di € 116.820,00 (centosedicimilaottocentoventi/00), oltre IVA pari ad € 25.700,40 (venticinquemilasettecento/40) per un totale di € 142.520,40 (centoquarantaduemilacinquecentoventi/40) IVA inclusa, a favore di A. MANZONI & C. S.P.A per la fornitura in parola.

Articolo 3

Detta spesa graverà sul capitolo di Bilancio 3111/32 – CDR 4 "Direzione Generale dei Sistemi Informativi, dell'Innovazione Tecnologica, del monitoraggio dati e della Comunicazione" - Spese per campagne informative, eventi e altre iniziative di comunicazione di carattere istituzionale - per l'esercizio finanziario 2021.

Il presente decreto sarà trasmesso all'Ufficio Centrale del Bilancio per gli adempimenti di competenza

Il Dirigente
Rosanna Margiotta

Documento firmato digitalmente secondo le indicazioni sulla dematerializzazione ai sensi e per gli effetti degli articoli 20 e 21 del D.Lgs. 7 marzo 2005 n. 82 "Codice dell'Amministrazione Digitale" e s.m.i.