UFF. DiPOB Roma, 5.11.2026

Decisione a contrarre n. 68/2026

Oggetto: WPP MEDIA _Realizzazione di Campagna di Comunicazione della "Farmacia dei servizi"

IL DIRIGENTE

- Visto il Dlgs n. 36/2023 e, in particolare, gli artt. 17, 49 e 50, comma 1, lettera b);
- Visto, altresì, l'art. 63, relativo ai principi di accesso al mercato, di trasparenza e di rotazione per gli affidamenti sottosoglia;
- Visti, inoltre, gli articoli 23 e 25 del succitato Dlgs 36/2023, in tema di ecosistema di approvvigionamento digitale dei contratti di importo inferiore alle soglie di rilevanza europea;
- Visto il Regolamento di Amministrazione e Contabilità della Federazione;
- Viste le deliberazioni del Comitato Centrale n. 96 del 2 luglio 2025 e n. 77 del 22 settembre 2026, con le quali, tra l'altro, sono stati incaricati gli uffici federali di porre in essere i necessari adempimenti amministrativi per la realizzazione di una campagna di comunicazione, rivolta ai cittadini, agli studenti universitari e agli operatori del settore sanitario sulle nuove competenze professionali del farmacista e sull'evoluzione dei servizi erogati suo tramite dalle farmacie ai sensi della Dlgs 153/2009 per garantire in un contesto di prossimità, servizi importanti nell'ambito dell'assistenza territoriale del SSN;
- Tenuto conto che tale campagna ha la finalità sostanziale di rendere consapevoli i cittadini dei servizi di cui al citato D.Lgs. 153/2009, che quotidianamente vengono erogati e assicurati dai farmacisti in farmacia, da quest'anno anche nell'ambito delle prestazioni dei LEA (art. 1, comma 351, della L. 199/2025 – Legge di bilancio 2026);
- Considerate le interlocuzioni avviate con la società WPP Media s.r.l, (P.IVA 04857410965), iscritta al MePA ed esperta nella fornitura di servizi professionali nell'ambito della comunicazione, della creatività, della produzione audiovisiva e delle attività connesse;
- Considerato che la suddetta società WPP MEDIA ha proposto un costo complessivo di euro 103.832,28 oltre IVA per la realizzazione di un Master spot TV della campagna "Farmacia dei Servizi" nei formati da 30" e 15", finalizzati per la messa in onda, incluse le attività di ideazione creativa, pre-produzione, produzione esecutiva (troupe, location, mezzi tecnici), post-produzione e finalizzazione file, con acquisizione e conservazione da parte della Federazione della proprietà esclusiva dello spot;
- Tenuto conto della competenza professionale della WPP MEDIA S.R.L nell'ideazione e nella realizzazione di campagne informative, spot televisivi e radiofonici;
- Ritenuto di poter procedere per il suddetto affidamento diretto tramite trattativa diretta con negoziazione rivolta ad un unico operatore economico attraverso il portale e-procurement MePA;
- visti gli articoli 53 e 117 del citato D.Lgs. 36/2023 in tema di presentazione delle garanzie definitive;
- Visti, inoltre, il comma 5 del citato art. 17 e l'art. 24 in tema di controllo sul possesso dei requisiti da parte della stazione appaltanti nelle procedure di affidamento di cui all'articolo 50, comma 1, lettere a) e b), di importo superiore a euro 40.000;
- Considerato che il Bilancio di previsione 2026 prevede la copertura finanziaria a carico del capitolo 1.4.18 "*Spese per studi, ricerche ed iniziative di promozione professionale*";

DETERMINA

di avviare una trattativa diretta con la società WPP MEDIA S.R.L., ai sensi dell'art. 50, comma 1, punto b), del D.Lgs 36/2023, finalizzata all'affidamento diretto, sul portale di e-procurement MePA, per la realizzazione di un Master spot TV – di proprietà esclusiva della Federazione – della campagna di comunicazione della "Farmacia dei Servizi" come citato in premessa, al costo complessivo di euro 103.832,28 oltre IVA.

IL DIRIGENTE
(Maria Rosa Tedesco)

