

VIRUS: 40MILA EURO COMUNICAZIONE A MIRUS, DA REGIONE INCARICO DIRETTO, E' POLEMICA

25 Marzo 2020



L'AQUILA – La maggioranza di centrodestra alla Regione guidata dal governatore, Marco Marsilio, di Fratelli d'Italia, dopo oltre tre settimane dal divampare della emergenza coronavirus, ha affidato una campagna di comunicazione per informare gli abruzzesi ad adottare i giusti comportamenti e rispettare quanto stabilito da norme ed esperti per fare prevenzione ed evitare il contagio del Covid-19: e lo ha fatto, in maniera tardiva, i documenti parlano del 13 marzo e nessuna azione è ancora partita pubblicamente, con il solito affidamento diretto attraverso un incarico appena sotto la fatidica soglia dei 40mila euro che imporrebbe una gara di appalto.

La decisione ha sollevato roventi polemiche, sia politiche sia non, per la inopportunità della iniziativa alla luce del grave ritardo e alla luce della drammaticità del momento che impone spese per altri scopi: a prendere le distanze oltre alle opposizioni del M5S e del Pd, anche la Lega, azionista di maggioranza della coalizione, con il suo vertice, il deputato aquilano Luigi D'Eramo, coordinatore abruzzese.

Salviniani imbarazzati perché ha delegato alla Sanità con l'assessore Nicoletta Veri, che avrebbe avallato la misura insieme a Marsilio.

A beneficiare è stata la Mirus, nota e stimata società di comunicazione abruzzese di livello nazionale che fa capo all'imprenditore Michele Russo, a lungo accreditato come papabile alla candidatura alla presidenza della Regione, in quota a Fratelli d'Italia, alle elezioni del 10 febbraio del 2019, prima che ci fosse la indicazione di Marsilio.

In realtà, dal punto di vista procedurale, il percorso è stato confezionato dall'Asl di Teramo che è stata individuata dall'azionista, la Regione appunto, attraverso il Dipartimento di Prevenzione e Tutela sanitaria che ha messo a disposizione i fondi, come il soggetto attuatore di una misura che è stata consegnata – emerge da fonti dirigenziali dell'azienda teramana – con un pacchetto “chiuso”.

Cioè con accordi fatti e quindi solo da ratificare.

La Asl teramana sarebbe stata scelta per la particolare competenza nella gestione delle campagne di prevenzione mostrata in tema di vaccinazioni. Una procedura che oltre a quella politica ha visto anche la “benedizione” della Protezione civile regionale guidata dal dirigente Silvio Liberatore, che sta gestendo la emergenza in Abruzzo coordinata dal Dipartimento nazionale.

Ad insorgere anche il mondo della editoria che ha puntato il dito contro il fatto che c'è stato un affidamento per creare concept e video, senza preoccuparsi di programmare un piano media per pubblicizzare e divulgare i messaggi agli abruzzesi. Un piano per il quale – si apprende – non ci sarebbero i fondi necessari. Con le due azioni avviate contestualmente e anticipando sensibilmente i tempi – spiegano gli addetti ai lavori –, ci sarebbe stato ben altro effetto. Secondo quanto si è appreso, sarebbe stata la Protezione civile regionale ad assicurare i fondi aggiuntivi che però poi non ha impegnato allo

scopo.

Ed ora Asl di Teramo e Regione ed anche la stessa Mirus si ritrovano in una situazione di imbarazzo e, come si suol dire, in mezzo al guado. Attualmente sembra tutto bloccato.

A denunciare per primo l'affidamento è stato con un post su *Fb* il capogruppo del Pd, Silvio Paolucci, ex assessore alla Sanità e al Bilancio, il quale tra le altre cose ha evidenziato il fatto che la Mirus e Russo, che è comunicatore di Fratelli d'Italia a livello nazionale scelto direttamente dal leader, Giorgia Meloni, ha vinto un appalto di comunicazione con la società di trasporto pubblico regionale Tua per il valore di circa 200mila euro, guidata dal leghista Gianfranco Giuliente.

“La giunta lenta preferisce spendere 40 mila euro in comunicazione. Nel frattempo tanti operatori del territorio, nelle strutture ospedaliere sono ancora in attesa degli adeguati dispositivi di sicurezza. In questo momento chiediamo maggiori sforzi per loro – ha scritto Paolucci -. Come potete vedere dall'infografica – aggiunge citando un'immagine caricata sul suo profilo – sono stati spesi 40 mila euro di soldi pubblici per una campagna di comunicazione sul coronavirus, quando si poteva sfruttare il lavoro del Ministero della Salute”.

Il consigliere regionale invita il centrodestra a “riprendere la legge sull'editoria proposta dal centrosinistra diversi mesi fa! Curioso il fatto che la società che si occupa della campagna sia la stessa che cura la campagna per Tua”.

Il provvedimento della Asl di Teramo è datato 13 marzo e porta la firma del manager facente funzione, Maurizio Di Giosia, su proposta del direttore dell'Unità operativa complessa Acquisizione beni e servizi, Vittorio D'Ambrosio, con i pareri favorevoli dei direttori amministrativo, lo stesso Di Giosia, e sanitario, Maria Mattucci. Il documento è stato firmato anche dalla dottoressa Maria Teresa D'Eugenio, nei ruoli di responsabile della istruttoria e del procedimento.

Nella delibera si prende atto “di tutti i provvedimenti emanati dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri e dalla Direzione generale della prevenzione sanitaria del ministero della Salute tempestivamente recepite dal Servizio prevenzione e tutela sanitaria della Regione Abruzzo e dalle relative aziende sanitarie, contenenti indicazioni sia sulla gestione di casi di Covid -19 nelle strutture sanitarie sia raccomandazioni sull'adozione di misure comportamentali volte a prevenire il rischio di contagio del virus tra la popolazione”; poi l'atto richiama la nota del Dipartimento regionale servizio della Prevenzione e Tutela sanitaria, dell'11 marzo scorso a firma della dottoressa Stefania Melena, con cui si intende “attivare con urgenza una apposita campagna di comunicazione volta a promuovere una corretta informazione sul coronavirus e sensibilizzare la popolazione alle buone pratiche quotidiane che aiutino a contenere il rischio di contagio”.

Intento che si sostanzia conferendo il mandato all'Asl di Teramo per conto di tutto il territorio regionale.

La delibera Asl sottolinea il principio della estrema urgenza del provvedimento e si rifà alla “urgente e informale indagine di mercato” messa in atto dai dirigenti dell'azienda teramana che ha condotto alla individuazione della Mirus.

Il costo, per un totale di 39.500 euro più Iva, prevede 8.000 euro destinati al concept di comunicazione, 6.000 per la produzione video, 7.500 per la gestione e il coordinamento e 18.000 per la realizzazione di landing page, social media strategy, campagna di influencer marketing per tre mesi.

Nella delibera si nomina direttore dell'esecuzione del contratto (Dec) la dottoressa Lidia Bocci, funzionario in servizio presso l'Urp- Ufficio comunicazione istituzionale della Asl di Teramo.

La spesa prenotata nel bilancio dell'ente è di 48.190 euro iva inclusa.

Gli effetti della campagna non sono ancora visibili, e non è dato sapere se si faccia riferimento a questo – nel duplice cartello mostrato dal governatore Marsilio in occasione della sua unica conferenza stampa tenuta finora, quella dell'altro giorno a Pescara.

Cartelli in cui si gioca sulle parole: “Evita i comportamenti dannosi”, “È vita adottare quelli virtuosi”. Il capogruppo del M5S, Sara Marozzi, ha invitato a spendere Il denaro pubblico per concrete necessità.

“Da notizie di stampa apprendiamo che la Asl di Teramo avrebbe affidato un incarico di consulenza per una campagna di sensibilizzazione per contrastare il Coronavirus. Mi preme sottolineare come la Presidenza del Consiglio dei Ministri e il Ministero della Salute abbiano già da tempo predisposto campagne informative capillari e su ogni mezzo di informazione, accessibili a tutti, che possono essere agevolmente utilizzate anche dalle Asl. Con l'emergenza sanitaria che tutti viviamo in queste ore, ritengo che oltre 40.000 euro potrebbero e dovrebbero essere spesi per dispositivi utili per i pazienti e non per superflue campagne pubblicitarie”.

D'Eramo ha fatto sapere, ancora su *Fb*, che la Lega Abruzzo prende le distanze dall'affidamento alla società Mirus della campagna di sensibilizzazione per constatare il Coronavirus.

“In un momento delicato e tragico per il nostro Paese, chiedo a nome della lega di rescindere il contratto e di impegnare i fondi per l'acquisto di beni e strumenti necessari al mondo della sanità”.

Il segretario regionale del Pd, Michele Fina, ha denunciato che “la campagna di comunicazione alla Mirus è un insulto, rispettiamo chi è in prima linea”.

“Non credo che ci sia bisogno di aggiungere altro a quanto già dichiarato anche da esponenti della maggioranza riguardo all'incarico conferito alla società Mirus – spiega -. Il Pd ha scelto la linea della responsabilità e della collaborazione in ambito regionale: di fronte a un momento così delicato anche per gli abruzzesi, crediamo che il contributo migliore la buona politica possa fornirlo attraverso la coesione, mettendo da parte le polemiche strumentali. A maggior ragione tuttavia questo vale per chi governa e amministra: le energie e le risorse devono essere concentrate sui fronti riconducibili al contrasto al contagio, e non può sussistere nemmeno il sospetto di sfruttare la fase eccezionale per dare corso alla pratica degli affidamenti diretti, senza gara, agli amici, per attività che non sono affatto essenziali. Una pratica che risulta insopportabile sempre ma che, in questi momenti, si trasforma in un insulto a tutti. Rispettiamo e aiutiamo chi è in prima linea. Leggiamo che alcuni partiti di maggioranza hanno avuto la decenza di raccogliere la nostra stessa indignazione, quindi siamo fiduciosi che si porrà presto rimedio”, conclude.

Critiche sono state formulate dalla deputata aquilana del Pd Stefania Pezzopane e dal consigliere regionale dem Pierpaolo Pietrucci, che hanno parlato “di spese superflue e gravi, come la campagna di comunicazione affidata alla Mirus!”. (b.s.)