

Roma

NS

DETERMINAZIONE N. 8

Oggetto: Campagna "Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2018" - approvazione PIANO MEDIA .

CIG. V. allegato

L'anno duemiladiciotto, il giorno 14 del mese di febbraio

IL DIRETTORE GENERALE

VISTO lo Statuto dell'Ente ed, in particolare, l'art. 12, in base al quale il Direttore Generale è preposto alla direzione amministrativa e contabile della LILT;

VISTO il D.P.R. 20 agosto 2001, n. 384, recante "Regolamento di semplificazione dei procedimenti di spese in economia";

VISTO il D.P.R. del 27.02.2003, n. 97, recante "Regolamento concernente l'amministrazione e la contabilità degli Enti pubblici di cui alla legge 20/3/1975 n.70";

VISTO il Regolamento di amministrazione e contabilità della LILT adottato con delibera del C.D.N. in data 12/12/2006;

VISTO il Patto di Integrità della LILT, approvato con determinazione del Direttore Generale n. 48 del 1 agosto 2014;

VISTA la direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 14 gennaio 2005 con cui è stata istituita – tra le campagne nazionali della LILT - la «Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica»;

CONSIDERATO che la XVII Edizione della citata campagna "Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica" si svolgerà dal 17 - 25 marzo 2018;

RAVVISATA la necessità – al fine di assicurare una efficace ed efficiente attività di sensibilizzazione del citato evento e della relativa organizzazione – di elaborare un piano media dedicato;

CONSIDERATO che con determinazione del Direttore Generale n. 28 del 28 giugno 2016 è stato aggiudicato alla società AB Comunicazioni S.r.l. il servizio di comunicazione



integrata e ufficio stampa della LILT, per la durata di anni due;

VISTA la proposta della citata Società relativa al piano media per la Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica della LILT 2018, allegato alla presente, riguardante in particolare:

- piano media stampa;
- produzione spot televisivo e shooting;
- campagna televisiva;
- campagna web mobile.

CONSIDERATO che il Consiglio Direttivo Nazionale della LILT, a seguito di un approfondito esame della citata proposta - sia di carattere organizzativo che per quanto riguarda il relativo budget - ha approvato detta proposta nella seduta del 31 gennaio 2018;

RITENUTO, quindi, che tale programmazione consente di assicurare una copertura nazionale e locale, per il tramite dei principali quotidiani nazionali, locali e con i relativi canali Web e tramite emittenti televisive;

PRECISATO che – a seguito di un'approfondita trattativa precontrattuale effettuata direttamente da AB Comunicazioni singolarmente con ognuna delle concessionarie giornalistiche e televisive interessate - è stato contrattato, relativamente al menzionato piano media 2018, un importo complessivo pari ad euro € 206.108,00 Iva inclusa, che si ritiene congruo;

RICHIAMATO l'articolo 63, comma 2, lett. b), del citato D.lgs. 50/2016, concernente l'uso della procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara, accertato che i servizi e forniture in questione "possono essere forniti unicamente da un determinato operatore economico", nella fattispecie dalle concessionarie giornalistiche e televisive;

RAVVISATA la necessità – in considerazione di quanto sopra esposto e nell'imminenza della Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2018 – di approvare ed attuare il predetto piano media;

DETERMINA



- di approvare il Piano Media relativo alla XVII Edizione della Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2017 – allegato alla presente di cui fa parte integrante - per un importo complessivo di € 206.108,00 Iva inclusa;
- di affidare, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), del D.lgs. 50/2016, alle seguenti concessionarie giornalistiche e televisive l'esecuzione del servizio oggetto del citato Piano Media, per quanto di rispettiva competenza, come di seguito sintetizzato:

Piano Media - Settimana Nazionale Prevenzione Oncologica LILT anno 2018

Società	CIG	Descrizione	Importo IVA esclusa
AB COMUNICAZIONI	Z35224B94C	PRODUZIONE SPOT TELEVISIVO E SHOOTING	37.000,00
SKY ITALIA	Z58224B8ED	CAMPAGNA TELEVISIVA	16.000,00
HIC MOBILE	ZB2224B8AC	CAMPAGNA WEB * MOBILE	9.550,00
PUBLICOM	ZA3224B88D	CAMPAGNA WEB * MOBILE	10.000,00
PIEMME	ZBC224B86D	CAMPAGNA WEB * MOBILE	9.900,00
SPEED	Z6E224B7FE	PIANO MEDIA STAMPA	4.800,00
A.MANZONI	ZBA224B7E3	PIANO MEDIA STAMPA	32.500,00
PIEMME	Z3A224B7B4	PIANO MEDIA STAMPA	30.000,00
HEARST	ZD9224B76B	PIANO MEDIA STAMPA	9.000,00
VISIBILIA	Z6B224B72F	PIANO MEDIA STAMPA	5.350,00
RCS	ZC5224B6EE	PIANO MEDIA STAMPA	4.900,00

TOTALE GENERALE	169.000,00
IVA AL 22%	37.180,00
TOTALE IVA INCLUSA	206.180,00

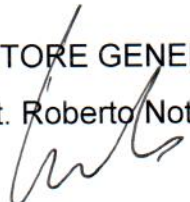


- di imputare il costo complessivo di € 206.180,00 IVA inclusa alla voce 1.03.02.02.004 - *"Campagna settimana nazionale della prevenzione"* del Bilancio di Previsione 2018, che presenta la necessaria disponibilità;
- di far sottoscrivere alle citate società il patto di integrità e la dichiarazione di insussistenza di conflitto di interesse ai sensi della Legge 190/2012.

Visto per la regolarità contabile

IL DIRETTORE GENERALE

Dott. Roberto Noto



LILT – LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI

Servizio biennale di comunicazione integrata e ufficio stampa

CIG: 6247957937

PIANO MEDIA ESECUTIVO
CAMPAGNA PUBBLICITARIA
“SETTIMANA DELLA PREVENZIONE ONCOLOGICA”

26 gennaio 2018



Pianificazione e servizi per la campagna SNPO 2018

La proposta di pianificazione media per la campagna nazionale della Settimana della Prevenzione Oncologica comprende **quattro diverse azioni d forte impatto e visibilità**: stampa, web, tv e mobile. Le quattro azioni consentono di raggiungere la **massima visibilità nazionale**, permettendo un livello di penetrazione sul target adulti **ottimale**.

1. Campagna stampa nazionale sui quotidiani e periodici

Si tratta di una campagna di tipo **classico**, con la pubblicazione di annunci stampa sui principali quotidiani e periodici italiani. Utilizzeremo formati d'impatto: **pagine intere, junior e mezze pagine**. I giornali hanno tutti tiratura di primaria rilevanza nazionale e ampio lettorato in target adulti, età +35; fascia medio-alta. Per i periodici comprendiamo anche testate del genere familiare e salute.

La pianificazione sarà realizzata nel mese di marzo, nel periodo antecedente e in quello concorrente alla Settimana della Prevenzione Oncologica.

In particolare, la pianificazione comprende:

- **nr. 3 quotidiani a tiratura nazionale**: La Repubblica, Quotidiano Nazionale e Il Giornale;
- **nr. 5 quotidiani nazionali areali**: Il Gazzettino (Nord-Est); La Stampa (Nord-Ovest); Resto del Carlino (Emilia Romagna-Marche), Il Messaggero (Lazio, Abruzzo, Marche); La Gazzetta del Mezzogiorno (Puglia-Basilicata);
- **nr. 7 quotidiani locali**: Il Giorno (Lombardia); La Nazione (Toscana); L'Unione Sarda (Sardegna); Il Mattino (Campania); La Sicilia (Sicilia); Il Corriere Adriatico (Marche); Nuovo Quotidiano di Puglia (Puglia);
- **nr. 8 periodici nazionali**: l'Espresso (settimanale); Venerdì (settimanale); Famiglia Cristiana (settimanale); Gente (settimanale); Visto (settimanale); Vero (settimanale); Benessere (mensile); Ok Salute (Mensile).

2. Campagna Web nazionale su portali d'informazione e blog settoriali

Si tratta di una campagna **digital**, più **innovativa e performante**, con la pubblicazione di speciali multimediali sulla prevenzione oncologica sui maggiori portali d'informazione nazionali e blog settoriali. La pianificazione comprende pagine e speciali che saranno pubblicati in formato **native** sui portali Web, conterranno testi, foto, infografiche, immagini e video.

La campagna sarà pianificata sui portali **messaggero.it** (700mila impression) e **mattino.it** (350mila impression) per una settimana (in concomitanza della SNPO) con la pubblicazione di un box native in home page con relativo articolo di approfondimento sulle tematiche della prevenzione oncologica.

La campagna digital nel formato native e display sarà programmata sempre per una settimana (in concomitanza della SNPO) su un network di blog della piattaforma proprietaria di cui la società Publicom è esclusivista e concessionaria. La piattaforma Publicom integra un sistema di Data Driven Strategy che punta alla creazione di un'audience altamente profilata, proveniente tipicamente dalla landing page (webpage di LILT) o da siti verticali (affini per interesse), particolarmente in target, con l'obiettivo di creare il nucleo di una più ampia audience "look-alike", cioè aderente al pubblico sensibile alle tematiche della prevenzione oncologica e mediche in genere.

Questo il network Publicom:



PUBBLICOM - SITI PIANIFICATI - WHITELIST		
Generalisti	Alimentazione	Sport e corretti stili di vita
corriere.it	ideericette.it	atletanotizie.it
repubblica.it	ricettedellanonna.net	sport.virgilio.it
ansa.it	lacucinaimperfetta.com	sport.libero.it
notizie.it	ricettegustose.it	sport.tiscali.it
newnotizie.it	petitchef.it	sporteconomy.it
milanofinanza.it	ricette.com	sportfair.it
ilfoglio.it	misya.info	besport.org
ilcittadino.it	gustissimo.it	corrieredellosport.it
casa.it	ricetta.it	tuttosport.com
chedonna.it	giallozafferano.it	todaysport.it
novella2000.it	checucino.it	calciomercato.it
pcprofessionale.it	ricettedalmondo.it	Sportnotizie24.it
ciakmagazine.eu	salepepe.it	pianetamountainbike.it
villegiardini.it	cookaround.com	pianetafantacalcio.it
ciakgeneration.it	fattoincasadabenedetta.it	workout-italia.it
travelnostop.com	ricette-tv.it	guidasalute.it
Newsitaliane.IT		ecoo.it
Tuttoggi.info		vitamineproteine.com
Statoquotidiano.it		fortesano.it
geapress.org		
vnews24.it		

La campagna sul network **Publicom** sarà erogata per complessivi **1,5 mln di impression**.

3. Campagna televisiva nazionale sui canali all news di Sky Italia

Si tratta di una campagna di grande visibilità, grande penetrazione sul target nazionale ed elevata capacità di trasferire i messaggi della campagna SNPO. Utilizzeremo un format televisivo che integra caratteristiche pubblicitarie e giornalistiche: **uno spot lungo di 90 secondi**, tagliato secondo criteri giornalistici e arricchito con grafiche e infografiche di forte impatto. Lo spot tratterà i temi cardine della prevenzione oncologica con le parole del Presidente della Lilt, vero e proprio portavoce della missione della SNPO.

La messa in onda sarà sui canali all-news del circuito di Sky Italia:

- nr. 12 passaggi su Sky TG24, visibile sui canali 100 e 500 del Satellite e sul canale 27 del Digitale terrestre nazionale;
- nr. 28 passaggi su Sky TG24 Primo Piano, visibile sul canali 503 del Satellite;
- nr. 28 passaggi su Sky TG24 Eventi, visibile sul canali 504 del Satellite;
- nr. 28 passaggi su Sky Sky TG24 Rassegne, visibile sul canali 504 del Satellite;
- nr. 42 passaggi su Sky ART HD, visibile sul canali 120 del Satellite.

Per un totale di 138 passaggi messi in onda per 7 giorni in concomitanza con la settimana SNPO.



4. Campagna mobile nazionale georeferenziata a sostegno degli eventi SNPO dei circoli

Quest'ultima è un'azione molto **innovativa e mirata** che sfrutterà le potenzialità della geo referenziazione satellitare per intercettare chirurgicamente i potenziali interessati agli eventi dei circoli. In pratica, promuoveremo la presenza dei gazebo dei circoli direttamente sui dispositivi mobili degli utenti delle città principali. Come? Pubblicando annunci in diversi formati e in diverse modalità: sul web, su Facebook, direttamente sulle App. L'annuncio attiverà una CALL TO ACTION "Scopri dove siamo" linkando a una pagina informativa sulla collocazione dei circoli.

Proponiamo una campagna geolocalizzata intorno alle piazze italiane che verranno allestite con le iniziative della LILT durante la settimana di prevenzione oncologica.

Il Target sarà in linea con quello degli altri mezzi pianificati in campagna e quindi 20% di utenti 30 – 40; 80% di utenti 40+, fascia medio-alta.

La georeferenziazione sarà tarata su tutte le piazze presidiate dai circoli LILT (una piazza per capoluogo) durante la settimana di prevenzione oncologica con raggio 1Km (quindi tutti quelli che si troveranno a transitare nel raggio di un Km dal banchetto saranno potenziali destinatari della campagna).

La campagna sarà veicolata attraverso siti versione mobile (quindi visibili esclusivamente su Smartphone e Tablet) attinenti alle seguenti tematiche: **Life Style, Travel, News Sport & Meteo, Food, Fitness & Salute**. La campagna sarà veicolata inoltre su Facebook e sulle APP.

Per quanto riguarda le APP, la campagna lavorerà anche la modalità App Usage. In questo modo la campagna colpirà tutti coloro che hanno scaricate app specifiche sul **mondo della prevenzione e della salute**, ad esempio: WebMD, DiabetesM, Cholesterol detector, Ada - Your Health Companion, Dieta, Salute & Benessere, Consigli per la salute, Medscape, Fit - Monitoraggio attività, calcolatrice salute, Endomondo, Calorie alimenti ecc.

La campagna genererà un volume: 15.000 click misurabile sul sito/sezione della LILT dedicato all'iniziativa

5. Produzione spot televisivo e shooting fotografico soggetti statici (stampa + web) con testimonial.

Per la produzione dello spot televisivo da 90 secondi che andrà in onda sulle reti SKY sono previsti i seguenti servizi:

- produzione e post-produzione
- ideazione format e script
- realizzazione delle riprese in studio attrezzato con set luci e scenografie, servizi di trucco e costumi a Roma
- realizzazione delle grafiche per sovraimpressioni
- colonna sonora
- montaggio
- riversamento in formato ad alta definizione (full hd 1920x1080) adeguato alle reti SKY e adattamento per diffusione sul web/social
- diritti per la messa in onda assolti
- produzione e consegna copie in DVD

Per lo shooting per i soggetti statici e video per il web (con testimonial) sono previsti i seguenti servizi:

- produzione e post-produzione



- realizzazione degli scatti in studi attrezzato con set luci e scenografie, servizi di trucco e costumi a Roma, Milano e/o nelle location stabilite con i testimonial
- realizzazione di video per il web in studi attrezzato con set luci e scenografie, servizi di trucco e costumi a Roma, Milano e/o nelle location stabilite con i testimonial
- riversamento in formati immagine ad alta definizione adeguati alle lavorazioni grafiche, gli adattamenti e la realizzazione degli esecutivi

Piano dei costi campagna SNPO 2018

Tutte le voci di costo sono IVA ESCLUSA. Tutte le concessionarie sono esclusiviste dei mezzi indicati.

1. Campagna stampa nazionale sui quotidiani e periodici				
TESTATA	NR	FORMATO	CONCESSIONARIA	COSTO
Gazzetta del Mezzogiorno	1	pagina intera	RCS	4.900,00 €
La Sicilia	1	pagina intera		
Unione Sarda	1	pagina intera		
Il Giornale	2	Junior page	Visibilia	5.350,00 €
Visto	1	Junior page		
Famiglia Cristiana	2	pagina intera	Hearst	9.000,00 €
Gente	1	pagina intera		
VERO	1	pagina intera		
Benessere	1	pagina intera		
Messaggero	2	junior page	Piemme	30.000,00 €
Mattino	2	junior page		
Il Gazzettino	2	junior page		
Il Corriere Adriatico	2	junior page		
Nuovo Quotidiano di Puglia	2	junior page		
Repubblica	1	pagina intera	Manzoni	32.500,00 €
La Stampa	1	pagina intera		
Venerdì	1	pagina intera		
Espresso	1	pagina intera		
Ok Salute	1	pagina intera		
Qn	2	junior page	Speed	4.800,00 €
TOTALE CAMPAGNA STAMPA NAZIONALE				86.550,00 €

2. Campagna Web nazionale su portali d'informazione e blog settoriali				
4. Campagna mobile nazionale georeferenziata a sostegno degli eventi SNPO dei circoli				
Sito/Network	Formato	Durata	Concessionaria	Costo
messaggero.it	native advertising	1 settimana	PIEMME	6.600,00 €
mattino.it		1 settimana		3.300,00 €
network Publicom	native advertising/banner	1 settimana	PUBLICOM	10.000,00 €
network admove - georeferenziata	banner	1 settimana	HIC MOBILE	9.550,00 €
TOTALE CAMPAGNA WEB + GEOREFERENZIATA				29.450,00 €



3. Campagna televisiva nazionale sui canali all news di Sky Italia				
EMITTENTE	FORMATO	TOTALE SPOT	CONCESSIONARIA	COSTO
SKY TG 24	90 secondi	12	SKY Pubblicità	16.000,00 €
Ch 100-500 SAT				
Ch 27 DTT				
SKY TG 24 – PRIMO PIANO		28		
Ch 503 SAT				
SKY TG 24 – EVENTI				
Ch 504 SAT		28		
SKY TG 24 – RASSEGNE				
Ch 505 SAT		28		
SKY ARTE				
Ch 120	42			

5. Produzione spot televisivo e shooting fotografico soggetti statici (stampa + web) con testimonial.		
VOCE	SERVIZI	COSTO
Produzione spot televisivo	produzione e post-produzione ideazione format e script realizzazione delle riprese in studio attrezzato con set luci e scenografie, servizi di trucco e costumi a Roma realizzazione delle grafiche per sovraimpressioni colonna sonora montaggio riversamento in formato ad alta definizione (full hd 1920x1080) adeguato alle reti SKY e adattamento per diffusione sul web/social diritti per la messa in onda assolti produzione e consegna copie in DVD	37.000,00 €
Shooting soggetti statici e video per il web con testimonial	produzione e post-produzione realizzazione degli scatti in studi attrezzato con set luci e scenografie, servizi di trucco e costumi a Roma, Milano e/o nelle location stabilite con i testimonial realizzazione di video per il web in studi attrezzato con set luci e scenografie, servizi di trucco e costumi a Roma, Milano e/o nelle location stabilite con i testimonial riversamento in formati immagine ad alta definizione adeguati alle lavorazioni grafiche, gli adattamenti e la realizzazione degli esecutivi	

Quadro economico di sintesi	
1. Campagna stampa	86.550,00 €
2-4. Campagna web+georeferenziata	29.450,00 €
3. Campagna televisiva	16.000,00 €



5. Produzione	37.000,00 €
TOTALE CAMPAGNA	169.000,00 €

NOTA

Ab Comunicazioni ha verificato la disponibilità delle uscite incluse nella presente pianificazione presso i concessionari. Qualora, per motivi non direttamente imputabili alla scrivente, nelle more dell'approvazione formale del presente piano, le stesse uscite non dovessero essere più disponibili, saranno proposte soluzioni alternative ed equivalenti.

Il calendario delle uscite stampa sarà concordato con nota successiva, previa approvazione del suddetto piano.



Piano Media - Settimana Nazionale Prevenzione Oncologica LILT anno 2018

Concessionaria	CIG	Descrizione	Importo IVA esclusa
AB COMUNICAZIONI	Z35224B94C	PRODUZIONE SPOT TELEVISIVO E SHOOTING SETTIMANA NAZIONALE PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018	37.000,00
SKY ITALIA	Z58224B8ED	CAMPAGNA TELEVISIVA SETTIMANA NAZIONALE PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 SKY	16.000,00
HIC MOBILE	ZB2224B8AC	CAMPAGNA WEB * MOBILE SETTIMANA NAZIONALE PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 HIC MOBILE	9.550,00
PUBLICOM	ZA3224B88D	CAMPAGNA WEB * MOBILE SETTIMANA NAZIONALE PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 PUBLICOM	10.000,00
PIEMME	ZBC224B86D	CAMPAGNA WEB * MOBILE SETTIMANA NAZIONALE PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 PIEMME	9.900,00
SPEED	Z6E224B7FE	PIANO MEDIA CAMPAGNA SETTIMANA PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 SPEED	4.800,00
A.MANZONI	ZBA224B7E3	PIANO MEDIA CAMPAGNA SETTIMANA PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 MANZONI	32.500,00
PIEMME	Z3A224B7B4	PIANO MEDIA CAMPAGNA SETTIMANA PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 PIEMME	30.000
HEARST	ZD9224B76B	PIANO MEDIA CAMPAGNA SETTIMANA PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 HEARST	9.000
VISIBILIA	Z6B224B72F	PIANO MEDIA CAMPAGNA SETTIMANA PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 VISIBILIA	5.350,00
RCS	ZC5224B6EE	PIANO MEDIA CAMPAGNA SETTIMANA PREVENZIONE ONCOLOGICA LILT 2018 RCS	4.900,00
TOTALE GENERALE			169.000,00
IVA AL 22%			37.180,00
TOTALE IVA INCLUSA			206.180,00

