LILT
LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
prevenire è vivere
SEDE CENTRALE

DETERMINAZIONE N. 24

Oggetto: Campagna "Cinque x 1000 2020" - approvazione PIANO MEDIA . CIG. V. allegato

L'anno duemilaventi, il giorno 13 del mese di luglio

IL RESPONSABILE DIREZIONE E GESTIONE

VISTO l'art. 14 dello Statuto Generale dell'Ente che disciplina le competenze del Direttore Generale 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;

VISTO il D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 - concernente il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture – e s.m.i.;

CONSIDERATO che la LILT - per sostenere le proprie attività istituzionali - promuove ogni anno campagne di reclutamento fondi, in particolare durante il periodo della dichiarazione dei redditi, finalizzate a sensibilizzare i cittadini italiani a devolvere il 5 x 1000 a questo Ente;

TENUTO CONTO del positivo riscontro di detta raccolta fondi relativo alle ultime dichiarazioni dei redditi dovuto in gran parte all'efficacia dei relativi piani media che hanno previsto, per pubblicizzare detto evento, l'utilizzo di mix di mezzi stampa e web in modo da

LILT
LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
prevenire è vivere

raggiungere capillarmente il target di riferimento, composto principalmente da cittadini, professionisti e imprenditori;

RAVVISATA la necessità – al fine di assicurare una efficace attività di sensibilizzazione, come nel pregresso, del citato evento e della relativa organizzazione - di promuovere anche per l'anno 2020 il "5 x mille" a favore della LILT, con un piano media dedicato;

VISTA la determinazione del Direttore Generale n. 55 del 27 novembre 2019 con la quale è stato aggiudicato, alla Società AB Comunicazioni S.r.l., il servizio di comunicazione integrata ed ufficio stampa della LILT per la durata di mesi 24;

TENUTO CONTO, inoltre, che l'impegno finanziario relativo al costo dell'olio extra vergine d'oliva 2020 in capo alla Sede Centrale ha comportato, di fatto, una sensibile riduzione delle risorse economiche per le prossime iniziative Giornata Mondiale Senza Tabacco, Campagna 5 X 1000 e Nastro Rosa, così stabilite dal Consiglio Direttivo Nazionale nella seduta del 20 maggio u.s.:

Piano Media 5 per mille €. 178.000,00 + IVA

GMST e Nastro Rosa €. 70.000 + IVA;

RAVVISATA l'opportunità, per quanto sopra argomentato, di far elaborare alla predetta società un piano media dedicato a detta campagna 5 x mille 2020;

PRESO ATTO della proposta presentata dalla società AB Comunicazioni S.r.l in data 17 giugno 2020 u.s., protocollo n. 2020E0001755 - allegata alla presente di cui fa parte integrante - riguardante detto Piano media, per un importo complessivo di euro 178.000,00 IVA esclusa (allegato n. 1);

CONSIDERATO che, anche quest'anno, gli obiettivi primari del piano media presentato sono:

- giungere al maggior numero di cittadini italiani che ogni anno, grazie alla dichiarazione dei redditi, contribuiscono con il 5 x mille al sostentamento della LILT ma allo stesso tempo, ottimizzare il budget stanziato ovvero ottenere il miglior

rapporto costo/beneficio in termini di maggiori contatti, sia sotto il profilo quantitativo (audience) sia sotto il profilo qualitativo (interesse);

- intercettare i contribuenti con maggiori disponibilità finanziarie e che, per tale motivo, i mezzi scelti, dovranno avere un profilo di audience di livello medio-alto con precise caratteristiche socio-demografiche;

TENUTO CONTO, infine, che l'obiettivo principale del piano media 5 x mille per l'anno 2020 è quello di coprire l'intero periodo utile per presentare la dichiarazione dei redditi, periodo che a seguito dell'emergenza epidemiologica del COVID-19 è stato prolungato fino al mese di ottobre;

TENUTO CONTO che il Consiglio Direttivo Nazionale della LILT, nella seduta del 18 giugno u.s., ha approvato detto piano media;

RICHIAMATO l'articolo 63, comma 2, lett. b), del citato D.lgs. 50/2016, concernente la 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, televisive, web e radiofoniche;

RITENUTO, in considerazione di quanto sopra esposto e nell'imminenza della campagna 5 x mille 2020, di affidare la attuazione del predetto piano media alla società AB Comunicazioni S.r.l., come da allegato alla presente determinazione di cui costituisce parte integrante;

CONSIDERATO che, con delibera del Consiglio Direttivo Nazionale della LILT n. 3 dell'8 gennaio 2020, è stato assegnato, al Rag. Rubinace, l'incarico temporaneo di direzione e gestione dell'Ente;

DETERMINA

- di approvare, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), del D.lgs. 50/2016, il Piano Media relativo campagna 5 x mille 2020 presentato dall'impresa AB Comunicazioni S.r.l. in data 17 giugno u.s. protocollo n. 2020E0001755 – allegato alla presente di cui costituisce parte integrante - per un importo complessivo di euro 217.160,00 IVA inclusa;
- di affidare alle seguenti società l'esecuzione del servizio oggetto del citato Piano

LILT
LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
prevenire è vivere

Media, per quanto di rispettiva competenza, come di seguito riepilogato:

PIANO MEDIA 5 X 1000 2020

• **CAMPAGNA DIGITAL**		
Concessionaria	*Programmazione*	*Costo IVA esclusa*
Manzoni	**REPUBBLICA SALUTE IN FORMATO DOMINATION** 4 settimane di programmazione - 1.400.000 imps sov 100% dal 22 giugno al 5 luglio dal 31 agosto al 13 settembre **REPUBBLICA NATIVE** creazione pagina dedicata con banner in home page per 5.000 accessi garantiti da 22 giugno a 22 settembre **NETWORK NATIVE TABOOLA** copertura per 4 mesi 20.000 CLICK dal 22 giugno al 22 settembre	Euro 30.000,00
RCS	**CORRIERE ECOMOMIA** banner formato medium rectangle per due settimane – 2 mln di impressions dal 31 agosto al 13 settembre **NETWORK PORTALI RCS** banner formato medium rectangle per due settimane – 2 mln di impressions dal 22 giugno al 5 luglio **NETWORK PORTALI RCS** banner formati Medium rectangle top* + Leaderboard in modalità CPC, click garantiti 12.858 in target – per 4 mesi dal 22 giugno al 22 settembre	Euro 30.000,00
MEDIAMOND	**NETWORK PORTALI MEDIAMOND (Mediaset + Mondadori + Altri)** creazione pagina native dedicata con pubblicazione in modalità CPC, click garantiti 25.000 in target – per 4 mesi pubblicazione banner multiformato in modalità CPC, click garantiti 25.000 in target – per 4 mesi dal 22 giugno al 22 settembre	Euro 30.000,00
SYSTEM 24 – SOLE 24 ORE	**DATABASE PROFESSIONISTI SOLE 24 ORE (settembre 2020)** 1 Invio DEM profilato Imprenditori,	Euro 10.000,00

	professionisti – 124.400 contatti Box sponsor Newsletter – 490.000 contatti Box sponsor Newsletter – 490.000 contatti	

TOTALE CAMPAGNA DIGITAL	**Euro 100.000,00**

CAMPAGNA STAMPA			
Testata	*Concessionaria*	*Uscite*	*Costo IVA esclusa*
Gazzetta del Mezzoggiorno (ed. Nazionale)	Mediterranea	12 uscite "mezza pagina" 3 uscite "pagina intera"	Euro 15.000,00
gazzettadelmezzogiorno.it		Pubblicazione di un banner "medium rectangle" per tre settimane	
Panorama	OPQ	N. 2 uscite pagina intera settembre 2020	Euro 7.000,00
Legal		N. 1 uscita pagina intera settembre 2020	
Donna Moderna	Mediamond	N. 2 uscite mezza pagina giugno - settembre 2020	Euro 5.500,00
Starbene		N. 1 uscita pagina intera giugno 2020	
IL	System 24 – Sole 24 Ore	N. 2 uscite pagina intera settembre 2020	Euro 8.000,00
La settimana fiscale		N. 1 uscita pagina intera settembre 2020	
TOTALE STAMPA			**Euro 35.500,00**

Pianificazione digital				
Concessionaria	*Costo IVA esclusa*	***Costi IVA inclusa***	***CIG***	
Manzoni	30.000,00	36.600,00	**Z1D2D598B8**	
RCS	30.000,00	36.600,00	**Z992D599C9**	
MEDIAMOND	30.000,00	36.600,00	**Z032D59A89**	
SYSTEM 24 – SOLE 24 ORE	10.000,00	12.200,00	**ZD22D59C67**	
Totale pianificazione digital	100.000,00			**122.000,00**
Pianificazione stampa				
Concessionaria	*Costo IVA esclusa*			
Mediterranea	15.000,00	18.300,00	**ZEF2D59E56**	
OPQ	7.000,00	8.540,00	**ZED2D5A2B3**	
Mediamond	5.500,00	6.710,00	**Z062D5A42B**	
System 24 – Sole 24 Ore	8.000,00	9.760,00	**Z9D2D5A4AB**	
Totale pianificazione stampa	**35.500,00**			***43.310,00***

LILT
LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
prevenire è vivere

MS3 srl Campagna di search adv (*si rimanda al progetto dedicato)	22.500,00	27.450,00	**Z342D5A5C8**	
AB Comunicazioni Produzione landing page come da progetto strategico	20.000,00	24.400,00	**Z642D5A5F9**	
Totale	**42.500,00**			**51.850,00**

Totale generale **178.000,00** **217.160,00**

- di imputare il costo complessivo di € 217.160,00 IVA inclusa alle seguenti voci del Bilancio di Previsione 2020, che presentano la necessaria disponibilità:

80.000,00	1.03.02.02.004.6	ALTRE CAMPAGNE ISTITUZIONALI pubblicità
46.889,00	1.03.02.02.005.2	CAMPAGNA GIORNATA MONDIALE SENZA TABACCO
48.800,00	1.03.02.02.004.6	ALTRE CAMPAGNE ISTITUZIONALI pubblicità
41.471,00	1.03.02.02.999.3	EDUCAZIONE SANITARIA

- 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 Responsabile Direzione e Gestione
Rag. Davide Rubinace

ALLEGATO AL
CDN 20.05.2020

CAMPAGNA 5X1000 2020

CAMPAGNA 5X1000 2020

PROPOSTA STRATEGICA

Per la campagna 5x1000 del 2020 intendiamo prioritariamente rafforzare la presenza della LILT sul Web, attraverso la creazione di un **ambiente digitale integrato e competitivo** in grado di intercettare i contribuenti con informazioni semplici, chiare e dirette.

Le analisi condotte sulle modalità di comunicazione e informazione di un panel di associazioni similari alla LILT mostrano, infatti, come gli strumenti di comunicazione Web, supportate da specifiche campagne digital e social, svolgano un ruolo fondamentale nello **stabilire un contatto solido e diretto** con il contribuente/utente della Rete:

- nel conferire all'associazione la massima visibilità sui motori di ricerca;
- nell'assicurare il trasferimento di informazioni precise e pratiche;
- nel consentire la fidelizzazione degli utenti;
- nell'ottenere un sistema di feedback permanente delle performance.

Il fulcro delle attività consiste nella **creazione di una pagina Web dedicata (landing page)** e ottimizzata sugli obiettivi di raccolta del 5x1000 che si ponga come strumento di raccordo tra le azioni di promozione media e di supporto e completamento del portale istituzionale della LILT.

CAMPAGNA 5x1000 2020

LA LANDING PAGE

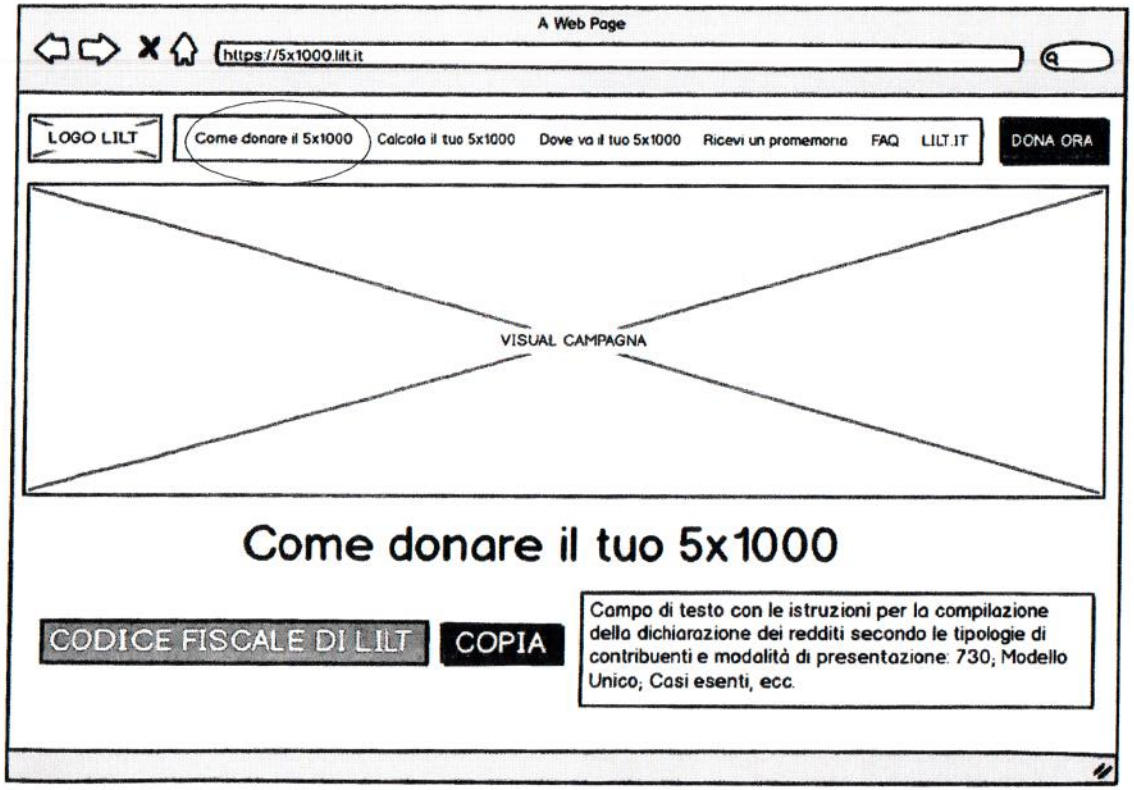
La landing page non intende sostituire il sito istituzionale che rimarrà il portale di riferimento di LILT per la diffusione delle informazioni associative e il raccordo con le realtà territoriale.
La landing page fungerà invece da supporto tattico come **hub digitale** per ottimizzare il flusso di informazioni inerenti la raccolta 5x1000, consentendo alla LILT di ottenere numerosi vantaggi:

- la concentrazione di informazioni sul 5x1000 su una pagina dedicata comporterà maggiori performance in termini di visibilità sui motori di ricerca consentendo alla LILT Nazionale un posizionamento sul Web efficace e, di conseguenza, una migliore rintracciabilità da parte dell'utente/contribuente;
- il trattamento verticale delle informazioni sul 5x1000 su una pagina dedicata faciliterà il trasferimento delle informazioni più utili e pratiche verso l'utenza e, allo stesso tempo, consentirà di evidenziare gli elementi più qualificanti legati all'uso dei fondi raccolti;
- nella pagina saranno presenti strumenti che consentiranno di fidelizzare gli utenti tramite l'iscrizione a un servizio di alert dedicato alle scadenze 5x1000;
- nella landing page l'utente avrà anche la possibilità di condividere facilmente i messaggi della LILT sui canali social;
- infine, la landing page consentirà di tracciare fedelmente le performance delle campagne informative sia in termini di contatto/accesso sia in, ultima analisi, di risultati economici della raccolta.

CAMPAGNA 5x1000 2020

LA LANDING PAGE

La landing page avrà una struttura semplice ma pratica e immediata.



Un dominio semplice e immediato: 5x1000.lilt.it

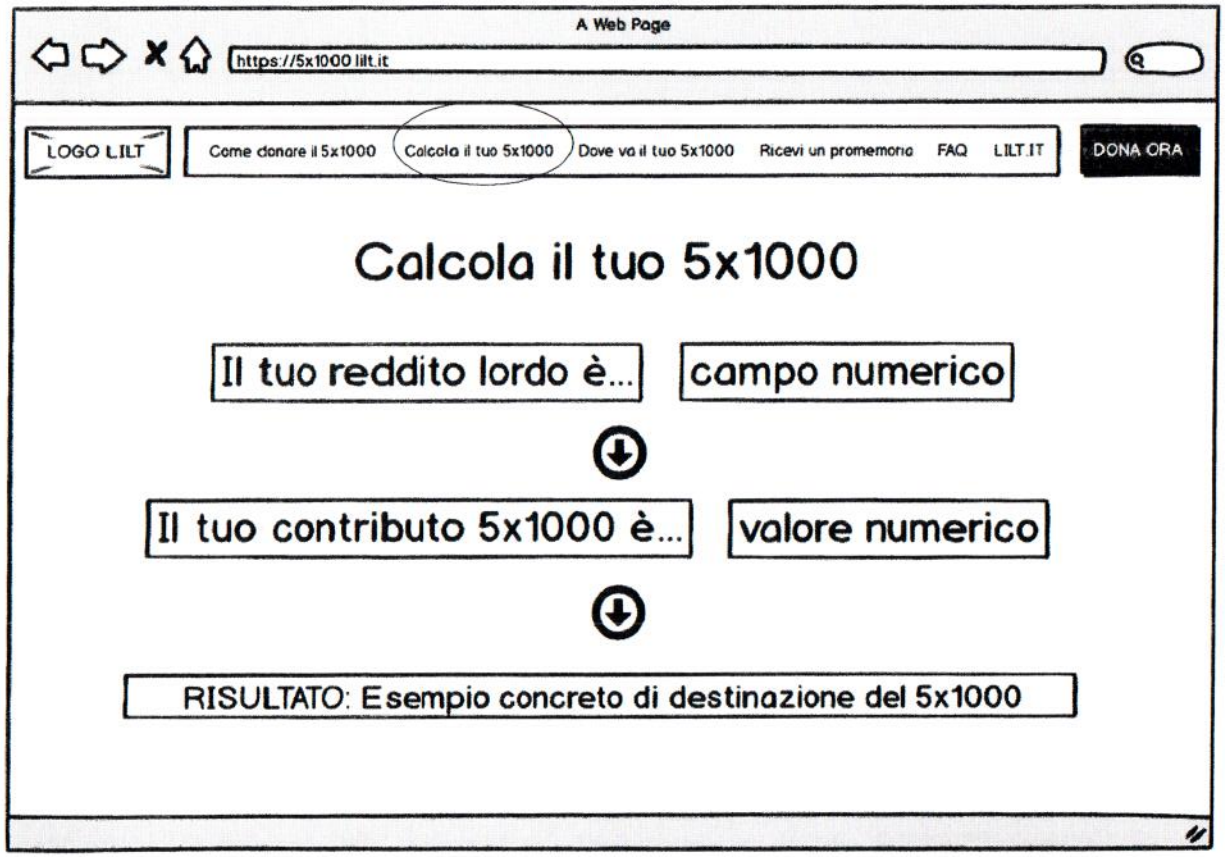
Il menù principale specificatamente articolato sulla raccolta 5x1000:
_Come donare il 5x1000;
_Calcola il tuo 5x1000;
_Dove va il tuo 5x1000;
_Ricevi un promemoria;
_Faq;
_Link al sito istituzionale.
Accanto al menù sarà sempre presente il bottone "dona ora"
Il menù sarà sempre visibile durante lo scorrimento della pagina.

La prima sezione visibile sarà quella relativa alle istruzioni su come donare il 5x1000, il codice fiscale della LILT sarà in primissimo piano.

Nella parte alta della pagina sarà visibile l'immagine della campagna dedicata.

CAMPAGNA 5X1000 2020

LA LANDING PAGE

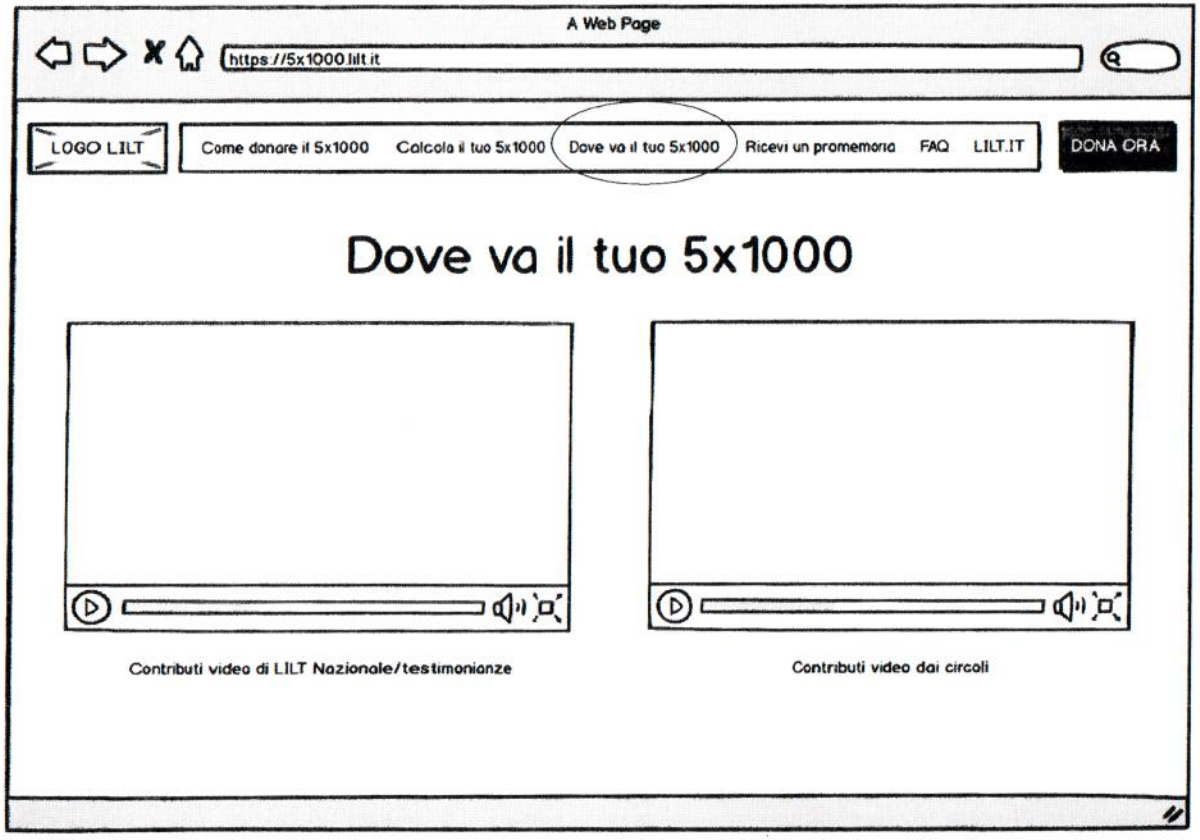


Subito dopo, scorrendo la pagina, sarà disponibile all'utente uno strumento di simulazione del contributo 5x1000.

Dopo aver inserito il valore del reddito lordo, il sistema calcolerà il contributo 5x100 equivalente riportando quindi un esempio concreto di quello che la LILT può fare con quell'ammontare di contributo.

CAMPAGNA 5x1000 2020

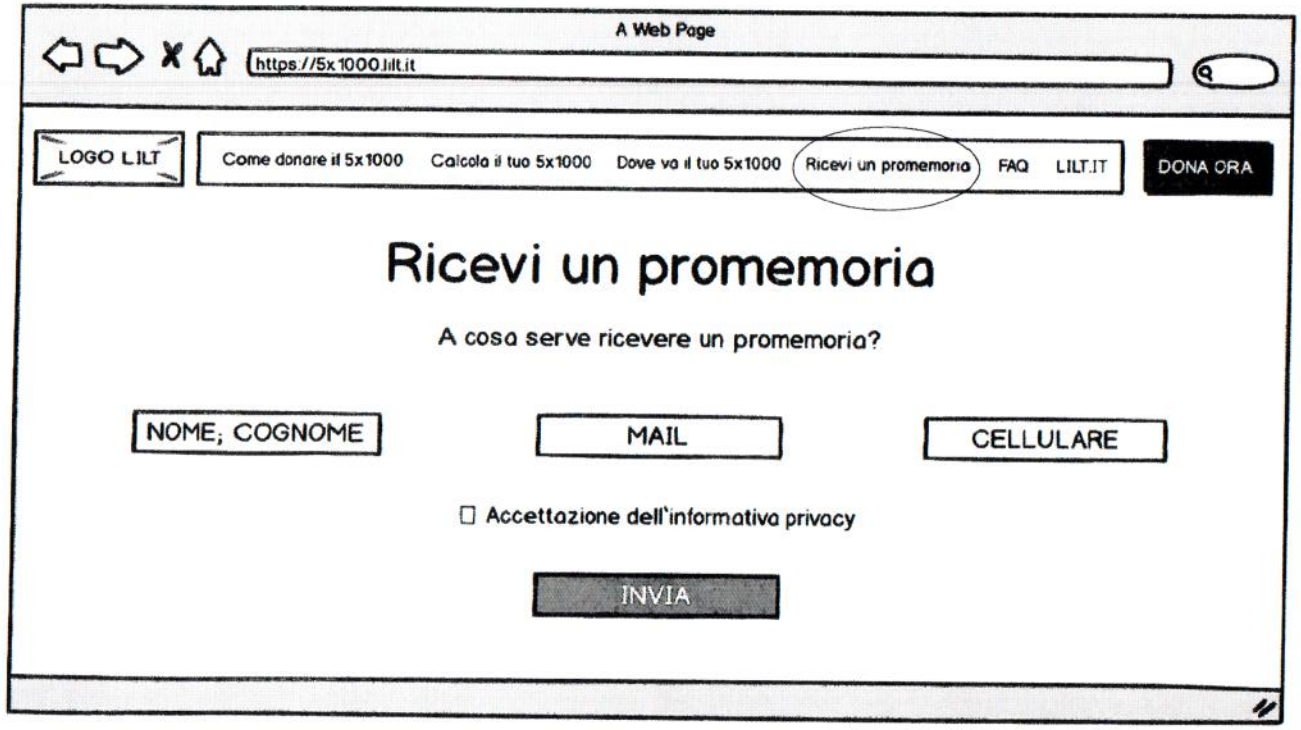
LA LANDING PAGE



Scorrendo la pagina, sempre con il menù principale visibile, l'utente potrà visionare dei contributi video relativi alle attività della LILT (interviste, testimonianze, campagne) e dei circoli.

CAMPAGNA 5x1000 2020

LA LANDING PAGE

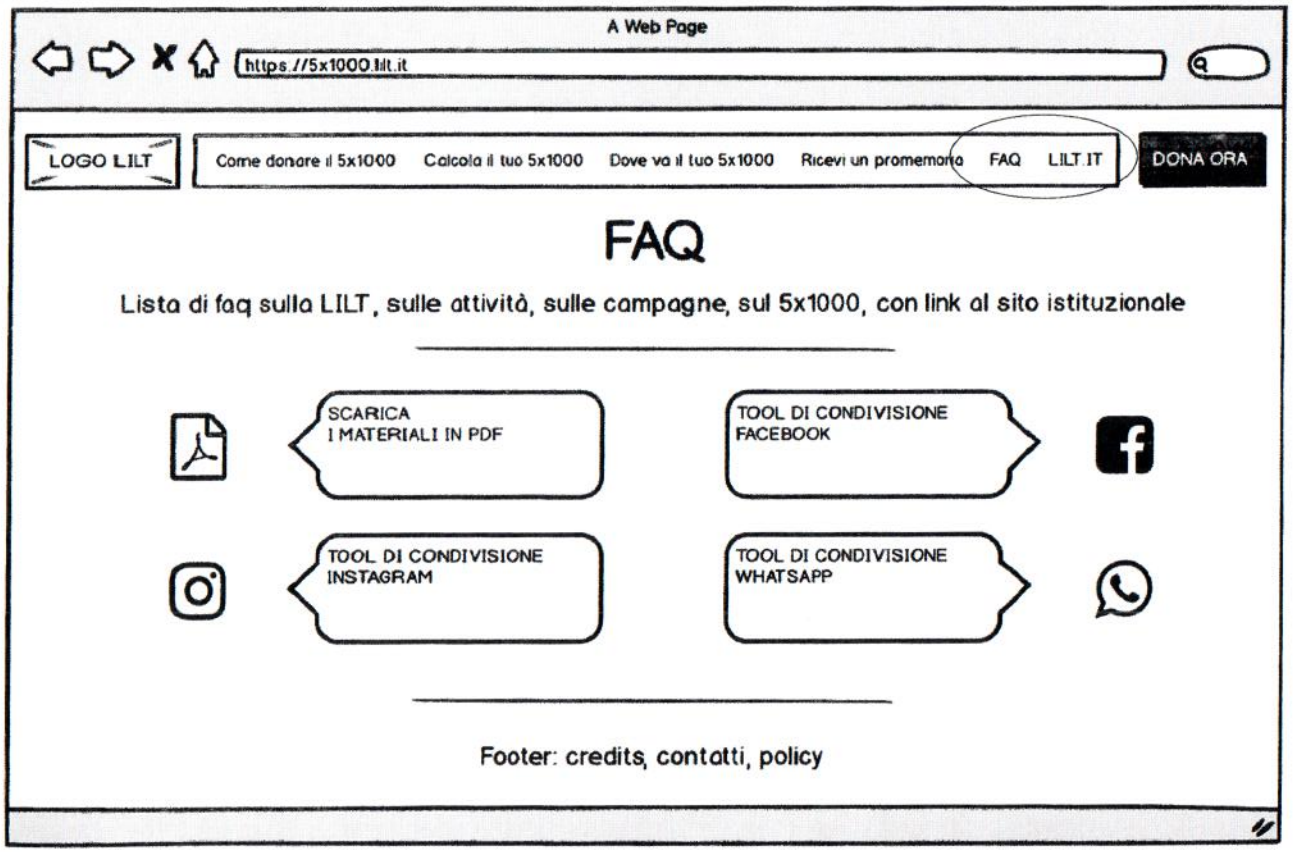


Tramite un semplice form di raccolta dati, dopo aver accettato l'informativa sulla privacy, l'utente potrà trasmettere i suoi dati personali per poter ricevere un utile promemoria che lo avviserà sulle scadenze del 5x1000 ma anche su altre attività della LILT.

Questo strumento consentirà la creazione di una mailing list di soggetti interessati alle attività associative.

CAMPAGNA 5x1000 2020

LA LANDING PAGE



Infine, nella parte finale della landing l'utente troverà due sezioni:

Le faq ovvero degli approfondimenti sulle attività della LILT con un chiaro rimando a visitare il portale istituzionale

Una serie di tool per la condivisione dei messaggi di LILT tramite i più comuni social network, nonché la possibilità di scaricare contenuti in PDF di approfondimento.

Chiudono la pagina le informazioni di contatto, i credits e la policy.

CAMPAGNA 5x1000 2020

LA CAMPAGNA

La pianificazione media dovrà principalmente ottimizzare il budget in funzione della più ampia **visibilità**, **frequenza** e **durata** della campagna. L'obiettivo principale è infatti quello di **coprire l'intero periodo utile per presentare la dichiarazione dei redditi 2020**, periodo che a seguito dell'emergenza epidemiologica del COVID-19 è stato prolungato fino al mese di ottobre: nei primi mesi di campagna il target più sollecitato sarà quello dei cittadini mentre nelle fasi finali sensibilizzeremo maggiormente il target business.

L'altro **obiettivo strategico della campagna è connesso alla massima visibilità nel Web** per intercettare l'utenza e spingerla a visitare la landing page dove troverà tutte le informazioni utili sulle modalità di donazione del 5x1000.

Coinvolgeremo i principali portali d'informazione sul Web con molteplici attività:

- campagne display con la pubblicazione di banner e video banner;
- campagne di native advertising con la pubblicazione di contenuti redazionali sul tema 5x1000;
- campagne DEM con l'invio di messaggi di posta elettronica verso database strutturati di destinatari business;
- campagne di sponsorizzazione sui social network anche con attività di engagement tramite influencer.

CAMPAGNA 5X1000 2020

LA CAMPAGNA

La pianificazione media comprenderà quindi **portali web** di assoluta qualità e performance elevate di accessi:

- **Gruppo Manzoni**: La Repubblica, La Stampa, Huffington Post, Meteo.it; Alvolante.it; Insella.it; Deejay.it; testate locali del gruppo GEDI;
- **Gruppo Mondadori**: Focus.it; TGCOM24; sportmediaset; donnamoderna.it; giallozafferano.it; pianetadonna.it; radio101.it; radimontecarlo.net; virginradio.it; 105.net; mediasetplay.it
- **Gruppo RCS**: corriere.it; gazzetta.it; giornaledisicilia.it; lasicilia.it; unionesarda.it; gazzettadelsud.it; gazzettadelmezzogiorno.it; altre edizioni locali.

Nella pianificazione media di dettaglio saranno descritte le modalità di realizzazione delle attività per singolo portale nonché l'integrazione di ulteriori mezzi digital per intercettare il target business.

Nella fase finale della campagna saranno pubblicati annunci stampa generalista e specialistica per supportare il raggiungimento dei target anche in ambito off line.

CAMPAGNA 5X1000 2020

COMPOSIZIONE DEL BUDGET

Macro azione	Costo complessivo
Campagna web	100.000 euro + IVA
Campagna social e influencer	40.000 euro + IVA
Campagna su riviste periodiche	23.000 euro + IVA
Campagna stampa quotidiana	15.000 euro + IVA
Produzione Landing Page	20.000 euro + IVA
TOTALE	**178.000 euro + IVA**

LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI
SEDE CENTRALE
• ROMA •

Visto si approva
IL RDG

Visto si approva
Il Presidente