



LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI

*prevenire è vivere*

SEDE CENTRALE

Roma.....

## **DETERMINAZIONE N. 41**

**NS**

**Oggetto: Campagna Nazionale LILT "Percorso Azzurro" 2020 - approvazione PIANO MEDIA .**

**CIG. come da tabella riepilogativa.**

L'anno duemilaventi, il giorno 20 del mese di novembre

### **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, Il Consiglio Direttivo Nazionale, nella seduta del 25 ottobre 2017, ha deliberato l'istituzione della Campagna Nazionale della LILT di prevenzione oncologica e diagnosi precoce dei tumori maschili, denominata "Percorso Azzurro";

**CONSIDERATO** che con tale iniziativa la LILT intende potenziare il proprio impegno nella cura e nella promozione di azioni di carattere preventivo – sia primario, che secondario – volte alla sensibilizzazione della popolazione maschile in merito alle principali patologie oncologiche della sfera genitale maschile, quali il tumore della prostata, del pene e del testicolo;

**RAVVISATA** l'opportunità – al fine di assicurare una efficace ed efficiente attività di sensibilizzazione del citato evento e della relativa organizzazione – di promuoverlo, anche per l'anno 2020, con una campagna di comunicazione dedicata;

**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;

**CONSIDERATO** quanto stabilito dal Consiglio Direttivo Nazionale nel verbale n. 7 del 29 ottobre u.s., al punto 14;

**RAVVISATA** l'opportunità, quindi, di far elaborare alla predetta società un piano media dedicato a detta campagna nazionale LILT "Percorso Azzurro" 2020, che si svolgerà dal 23 al 30 novembre 2020,

**VISTA** la proposta presentata dalla medesima AB Comunicazioni S.r.l. consistente prevalentemente in azioni di web advertising e di social media advertising integrate con la pubblicazione di una landing page specifica, allegata alla presente;

**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;

**RAVVISATA** la necessità – in considerazione di quanto sopra esposto e nell'imminenza della campagna nazionale LILT Percorso Azzurro 2020, che si svolgerà in tutta Italia dal 23 al 30 novembre 2020 – di approvare ed attuare il predetto piano media, 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 LILT Percorso Azzurro 2020 presentato dall'impresa AB Comunicazioni S.r.l. – allegato alla presente di cui fa parte integrante - per un importo complessivo di € 30.000,00 + Iva;



- di affidare alle seguenti società l'esecuzione del servizio oggetto del citato Piano Media, per quanto di rispettiva competenza, come di seguito riepilogato:

**PIANO MEDIA CAMPAGNA PERCORSO AZZURRO 2020**

CONCESSIONARIA	DESCRIZIONE	TOTALE € IVA ESCLUSA	TOTALE € IVA INCLUSA	CIG
RCS	Pianificazione on line	6.000,00	7.320,00	ZB82F5BD69
Manzoni	Pianificazione on line	6.000,00	7.320,00	Z1E2F5BE10
MS3 srl	Pianificazione digital e social	10.000,00	12.200,00	ZA62F50B04
Digital Marketing & Communication Interactive Media Design				
Performance Advertising				
Ab comunicazioni	Produzione – landing page	3.000,00	3.600,00	Z6F2F5BE53
AB Comunicazioni	Produzione - evento	5.000,00	6.100,00	Z392F5BE7A

**30.000,00**

**36.540,00**

- di imputare il costo complessivo di € 36.540,00, IVA compresa alla seguente voce di bilancio 1.03.02.18.999.3 Residui Passivi del Bilancio di Previsione 2020 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 RESPONSABILE DIREZIONE E GESTIONE

Rag. Davide Rubinace





Spett.le  
LILT – LEGA ITALIANA PER LA LOTTA  
CONTRO I TUMORI  
Alla C.A. del Presidente Prof. Francesco  
Schittulli  
Al Direttore Generale

**Milano, 20 novembre 2020**

OGGETTO: Servizio biennale di comunicazione integrata e ufficio stampa -  
Campagna Percorso Azzurro 2020

Gentilissimi,

trasmettiamo in calce la proposta di comunicazione integrata per la campagna Lilt Percorso Azzurro 2020 che si svolgerà nel mese di novembre (settimana dal 23 al 29) in corrispondenza con il periodo di sensibilizzazione nazionale.

La campagna prevede azioni di web advertising e di social media advertising integrate con la pubblicazione di una landing page specifica. Sarà inoltre organizzato un evento di rilevanza nazionale.

### **Campagna di web advertising**

La campagna media, allineandosi con il concept strategico, prevede una pianificazione di azioni sul Web verso il target primario: popolazione italiana maschile, con focus over 40 anni.

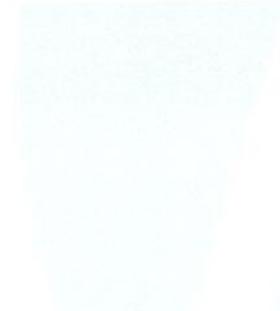
In particolare, la pianificazione riguarda i due più importanti gruppi editoriali di informazione nazionale: RCS e Manzoni.

#### *Pianificazione RCS*

È prevista la pubblicazione di banner formato "medium rectangle" in due portali: Corriere.it e Gazzetta.it – la pianificazione prevede l'erogazione di 750mila impressions nella settimana dal 23 al 29 novembre.

#### *Pianificazione Manzoni*

È prevista la pubblicazione di banner nel formato *domination* su Repubblica.it, lastampa.it e sul network di siti afferenti al circuito GEDI – la pianificazione prevede l'erogazione di 500mila impressions nella settimana dal 23 al 29 novembre.



## **Campagna di social media marketing**

Sono previste azioni di Social Media Management e sponsorizzazioni su Facebook ADS e Web Marketing su Google ADS.

Le due azioni mireranno a raggiungere i seguenti obiettivi di comunicazione a sostegno dell'iniziativa Percorso Azzurro:

*Brand Awareness:* si lavorerà sulla riconoscibilità del brand cercando di portare più utenti possibili in Landing Page e mantenendo un CPC (cost per click) basso. Per raggiungere questo scopo prevediamo una prima parte di campagna maggiormente incentrata sulla Display.

*Lead Generation:* si struttureranno annunci mirati su rete Search di Google e inserzioni specifiche su Facebook ADS, col fine principale di far compilare il form presente in Landing Page. Laddove possibile, si attiveranno delle liste di remarketing sulle quali proporre il messaggio pubblicitario.

La campagna sarà declinata sottoforma di annunci testuali e banner grafici. Questi ultimi gireranno sulla rete Display di Google e sulle piattaforme social. Gli annunci di tipo testuale gireranno invece sulla rete Search di Google.

Ulteriori dettagli sono riportati nell'allegato progettuale.

## **Progettazione e realizzazione di una landing page - [www.liltformen.it](http://www.liltformen.it)**

Attraverso la creazione e messa on line di una *landing page dedicata* realizzeremo un mini portale web con contenuti esclusivi relativi alla campagna Percorso Azzurro, con un duplice obiettivo: da un lato, ottimizzare le azioni di web adv e social adv che punteranno direttamente alla landing page; dall'altro ottenere la massima visibilità sul motore di ricerca con contenuti esclusivi e facilmente identificabili.

La pagina avrà un'architettura dei contenuti semplificata con uno sviluppo grafico intuitivo e in linea con la linea grafica della campagna. Oltre alle informazioni di base, conterrà spiegazioni più dettagliate relativamente ai tumori che colpiscono la popolazione maschile.

## **Evento nazionale**

L'evento anticiperà l'uscita della campagna e ne farà da lancio. Vi parteciperanno il Presidente della Lilt, unitamente a esperti e giornalisti. In ottemperanza alla disposizioni anti-Covid l'evento sarà fruibile in streaming sulla piattaforma Facebook e sulla landing page.



## Piano dei costi

CONCESSIONARIA OPERATORE	DESCRIZIONE	TOTALE € IVA ESCLUSA	TOTALE € IVA INCLUSA
RCS	Pianificazione on line	6.000,00	7.320,00
Manzoni	Pianificazione stampa cartacea e on line	6.000,00	7.320,00
MS3 srl	Pianificazione digital e social	10.000,00	12.200,00
Ab comunicazioni	Produzione – landing page	3.000,00	3.600,00
AB Comunicazioni	Produzione - evento	5.000,00	6.100,00
<b>TOTALE COSTI</b>		<b>30.000,00</b>	<b>36.540,00</b>

Ab Comunicazioni Srl  
L'amministratore Unico  
Andrea Bertoletti