

Roma.....

NS

DETERMINAZIONE N. 31

Oggetto: Campagna “Nastro Rosa della LILT 2020” - approvazione PIANO MEDIA.

CIG. Vedi allegato

L'anno duemilaventi, il giorno 08 del mese di ottobre.

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, come ogni anno, durante il mese di ottobre 2020 si svolgerà, su tutto il territorio nazionale, la Campagna “Nastro Rosa” – nel corso del quale tutte le Associazioni Provinciali della LILT offriranno, presso i loro ambulatori, visite senologiche gratuite – che ha come obiettivo quello di sensibilizzare un numero sempre più ampio di donne sull'importanza della prevenzione e della diagnosi precoce dei tumori alla mammella;



RITENUTO OPPORTUNO in occasione della Campagna “Nastro Rosa” 2020 - in considerazione dell'emergenza mondiale causata dal Covid 19 ed in osservanza di tutte le disposizioni governative volte al contenimento del rischio di contagio da detto virus, sull'intero territorio nazionale – procedere allo svolgimento della Nastro Rosa 2020 della LILT in maniera alternativa;

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, Campagne 5/000 e Nastro Rosa, così stabilite:

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

GMST e Nastro Rosa €. 70.000 + IVA;

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;

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;

VISTA la proposta della citata Società relativa al piano media per la Campagna Nastro Rosa della LILT 2020, allegata alla presente, incentrata prevalentemente su una campagna radiofonica, web, social tv ed editoriale;

RITENUTO che tale programmazione consente comunque di assicurare una efficace ed efficiente promozione e divulgazione alla popolazione della citata campagna, per il tramite di detti mezzi di comunicazione;

PRECISATO che – a seguito di un'approfondita trattativa precontrattuale effettuata direttamente da AB Comunicazioni singolarmente con ognuna delle società interessate - è stato contrattato, relativamente al menzionato piano media 2020, un importo complessivo pari ad euro € 30.000,00 Iva esclusa, 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 radiofoniche e televisive;

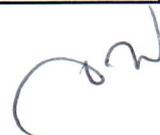
RAVVISATA la necessità – in considerazione di quanto sopra esposto – di approvare ed attuare il predetto piano media;

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 il Piano Media relativo alla Campagna Nastro Rosa della LILT 2020 – allegato alla presente di cui fa parte integrante - per un importo complessivo di € 30.000,00 Iva esclusa;
- di affidare, ai sensi dell'art. 63, comma 2, lett. b), del D.lgs. 50/2016, alle seguenti concessionarie radiofoniche e web l'esecuzione del servizio oggetto del citato Piano Media, per quanto di rispettiva competenza, come di seguito sintetizzato:

PROSPETTO RIEPILOGATIVO DEI COSTI PIANO MEDIA NASTRO ROSA 2020				
Azione	Concessionaria/società	Costi	Costi Iva Inclusa	CIG
Campagna radiofonica	RDS ADV Advertising srl Via Pier Ruggero Piccio, 55 - 00136 Roma	23.650,00	28.853,00	Z8B2EAC20B
Evento di sensibilizzazione nazionale	PRIMACOM	6.350,00	7.747,00	Z852EAC263
TOTALE		30.000,00	36.600,00	

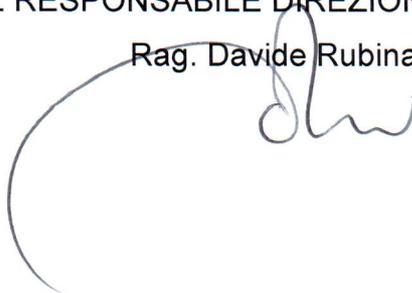


- di imputare il costo complessivo di € 36.600,00 IVA inclusa alla voce 1.03.02.02.004.3 *"Campagna Nastro Rosa - pubblicità"* del Bilancio di Previsione 2020, che presenta la necessaria disponibilità;
- di far sottoscrivere alle citate società il patto di integrità e la dichiarazione di insussistenza 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, 7 ottobre 2020

OGGETTO: Servizio biennale di comunicazione integrata e ufficio stampa -
Campagna Lilt for Women 2020

Gentilissimi,

trasmettiamo in calce la proposta di pianificazione media per la campagna Lilt for Woman 2020 che si svolgerà nel mese di ottobre in corrispondenza con il periodo di sensibilizzazione nazionale.

Per la parte media, la campagna prevede il coinvolgimento dell'emittente radiofonica nazionale **RDS**, radio di primaria importanza in termini di audience con 5,4 milioni di ascoltatori nel giorno medio (RADIO TER 2019).

La campagna radiofonica prevede un pacchetto di azioni promoredazionali con il coinvolgimento di speaker di chiara fama, la programmazione di inserti tabellari e la copertura della redazione giornalistica. È inoltre previsto l'utilizzo dei canali social e web della radio. In corrispondenza della campagna sarà infine realizzato un evento nazionale di sensibilizzazione.

Dettagliamo di seguito le azioni previste:

Campagna radiofonica su RDS

- n.6 citazioni live testimonial durante il programma radiofonico pomeridiano condotto da Roberta Lanfranchi (come testimonial dell'attività) e Claudio Guerrini come seconda voce nelle citazioni – le citazioni sono previste alle 18.16
- n.8 Minispot 10" in posizione singola all'apertura della rubrica Lifestyle (i minispot non vanno in onda il giorno in cui c'è l'intervista) in cui verrà richiamata l'attività Nastro Rosa
- n.6 pillole 30" in cui Roberta Lanfranchi da testimonial parlerà dell'iniziativa (1 solo soggetto)

SOCIAL TV - canale 265 del digitale terrestre



- Grafiche in simulcast con l'on air
- video placement in simulcast con le citazioni sulla social TV, con Roberta Lanfranchi che porterà in video il nastro rosa al petto

INSTAGRAM RDS

- n.1 IG Post con placement, fiocco rosa dell'associazione per la lotta al tumore al seno, di Roberta Lanfranchi sul canale instagram di RDS

RDS editoriale

- n.1 intervista editoriale all'interno della rubrica Lifestyle

WEB RDS.IT

- n.48.000 imps audio preroll 10" podcast rubrica RDS LifeStyle e prima dello streaming della diretta RDS.IT

Il calendario definitivo della campagna nastro rosa sarà trasmesso con nota successiva all'approvazione.

Evento di sensibilizzazione nazionale

È prevista l'organizzazione di uno show cooking (**dettagli?**)

PROSPETTO RIEPILOGATIVO DEI COSTI		
Azione	Concessionaria/società	Costi
Campagna radiofonica	RDS ADV Advertising srl Via Pier Ruggero Piccio, 55 - 00136 Roma	Euro 23.650,00 + IVA
Evento di sensibilizzazione nazionale	PRIMACOM	Euro 6.350,00 + IVA
TOTALE		Euro 30.000,00 + Iva

Ab Comunicazioni Srl
L'amministratore Unico
Andrea Bertoletti