

Roma

DETERMINAZIONE N. 14

**Oggetto: Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2016
approvazione PIANO MEDIA.**

CIG. V. allegato

L'anno duemilasedici, il giorno 7 del mese di marzo

IL DIRETTORE GENERALE

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

VISTO il D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163 recante *“Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture”* ed, in particolare, l'articolo 57 comma 2, lettera b, concernente *“Procedura negoziata senza previa pubblicazione di un bando di gara”*;

VISTO il DPR 5 ottobre 2010 n. 207 concernente il *“Regolamento di esecuzione e attuazione del citato D. Lgs. 12/04/2006”*;

VISTO lo Statuto dell'Ente ed, in particolare, l'art. 12 che disciplina le competenze del Direttore Generale;

VISTO il Regolamento di contabilità e amministrazione adottato con delibera del C.D.N. del 12/12/2006 e successive modifiche ed integrazioni;

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 gli eventi istituzionali della LILT - la *«Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica della LILT»*;

CONSIDERATO che la XV Edizione della Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica si svolgerà dal 13 -21 marzo 2016;



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 nota protocollo n. 2016U0000263, il Presidente Nazionale il presidente ha stanziato – per detto evento – un importo non superiore ad euro 250.000,00;

VISTO il documento allegato, predisposto dai competenti uffici della LILT, riguardante il citato atto di programmazione media con il quale sono stati individuati sia i vettori ritenuti più idonei a realizzare la campagna relativa alla Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2016, sia le risorse economiche;

CONSIDERATO, in particolare, che tale programmazione è stata pianificata al fine di garantire la copertura nazionale, ed anche quella locale, per il tramite dei principali quotidiani nazionali e locali, - con i relativi canali Web/TV;

PRECISATO che – a seguito di un'approfondita trattativa precontrattuale effettuata singolarmente con ognuna delle citate concessionarie giornalistiche, televisive e radiofoniche interessate - è stato contrattato, relativamente al menzionato piano media 2016, un importo complessivo pari ad euro 153.600,00 IVA esclusa;

RICHIAMATO il citato l'articolo 57, comma 2, lettera b del D.Lgs. 12 aprile 2006, n. 163,

RAVVISATA la necessità – in considerazione di quanto sopra esposto e nell'imminenza della Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2016 – di approvare ed attuare il predetto piano media;

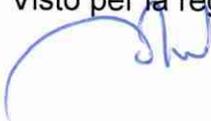
DETERMINA

- di approvare il Piano Media relativo alla Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2016 – allegato alla presente di cui fa parte integrante - per un importo complessivo di € 187.392,00 Iva inclusa
- di affidare alle seguenti concessionarie giornalistiche, televisive e radiofoniche l'esecuzione del servizio oggetto del citato Piano Media, per quanto di rispettiva competenza, come di seguito sintetizzato:

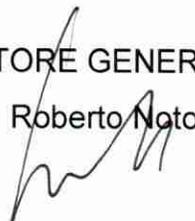


ATTIVITA'	COSTI
IL SOLE 24 ORE	
LIBERO	
RADIO 24	
TOTALE ff. SOLE 24 ORE	€ 22.500,00
IL TEMPO	
TOTALE GSP	€ 3.000,00
LA REPUBBLICA	
METRO	
RADIO CAPITAL	
TOTALE ff. A. MANZONI	€ 42.500,00
CORRIERE DELLA SERA	
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	
GAZZETTA DEL SUD	
LA STAMPA	
GAZZETTA DELLO SPORT	
QN QUOTIDIANO NAZIONALE	
TOTALE ff. RCS	€ 52.000,00
IL GIORNALE	
TOTALE ff. VISIBILIA	€ 3.800,00
IL MESSAGGERO	
IL MATTINO	
TOTALE ff. PIEMME	€ 28.000,00
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	
TOTALE ff. MEDITERRANEA	€ 1.800,00

- di imputare il costo complessivo di €187.392,00 iva inclusa alla voce 1.03.02.02.004.1 - "Campagna settimana nazionale della prevenzione-pubblicità" del Bilancio di Previsione 2016, che presenta la necessaria disponibilità.
- di far sottoscrivere alle citate società il patto di integrità, ai sensi dell'art. 1 comma 17 Legge 190/2012.

 Visto per la regolarità contabile
 

IL DIRETTORE GENERALE

 Dott. Roberto Noto
 

PIANO MEDIA SETTIMANA NAZIONALE PER LA PREVENZIONE ONCOLOGICA 2016.

L'elaborazione del piano media per la scelta dei vettori della campagna di sensibilizzazione inerente la Settimana Nazionale per la Prevenzione Oncologica 2016, tenuto conto del budget di questo ente per l'anno in corso, ha privilegiato il mezzo della stampa quotidiana, considerata la più autorevole per la veicolazione di messaggi di natura istituzionale e di temi i cui contenuti sono di particolare importanza (come la salute) che, pertanto, meritano particolare attenzione.

Ogni mese, infatti, l'85,8% della popolazione italiana (di 14 anni e oltre) sceglie almeno un titolo stampa, in un percorso di ricerca e scoperta che coinvolge anche la fruizione della stampa inversione digitale ed giorno si raggiungono quasi 29 milioni di letture per i quotidiani (per 18.713.000 lettori), con una quota di 2 lettori su 3 ad alta frequenza di lettura.*

Al fine di garantire sia la copertura nazionale, che quella locale, sono stati pianificati i principali quotidiani nazionali - aventi la più ampia diffusione, completati dai cosiddetti capi zona, vale a dire i quotidiani regionali più importanti - in abbinamento al web, con la presenza di banner sui siti dei quotidiani e periodici destinati ad un'utenza di carattere familiare.

Quanto sopra, in abbinamento all'utilizzo della redazione di due importanti emittenti radiofoniche: Radio Capital e Radio 24 che programmeranno "pillole" di prevenzione, registrate direttamente dal prof. Schittulli, hanno completato il piano.

Per quanto riguarda la trattativa economica di detto piano media, sono state contattate le maggiori concessionarie di riferimento, che detengono il 90% del mercato pubblicitario della stampata quotidiana (RCS, Manzoni, Piemme, 24 Ore System), e richiesti i preventivi sulla scorta quantitativa e qualitativa della copertura avuta nelle precedenti campagne.

con



LEGA ITALIANA PER LA LOTTA CONTRO I TUMORI

prevenire è vivere

A ricevimento degli stessi, nonostante da parte delle concessionarie venivano proposte le tariffe applicate sulla base di ciò che è considerato "lo storico" per il cliente, si è proceduto ad una contro proposta che ha conseguito ad una riduzione del 15% rispetto al pregresso.

La definizione della trattativa ha portato alla definizione del Piano Media SNPO 2016 con il mantenimento degli standard, sia qualitativi che quantitativi, del Piano Media SNPO 2015 – ottenendo però un considerevole risparmio rispetto alla precedente edizione - che prevede, tra l'altro, la pubblicazione di n. 2 pagine intere su ciascun quotidiano, ad eccezione della Gazzetta dello Sport con una sola pagina,

L'AMMINISTRAZIONE



*Fonte Audipress 2015

PIANO MEDIA SNPO 2016

ATTIVITA'	13	14	15	16	17	18	19	20	21	DETTAGLIO	COSTI	
IL SOLE 24 ORE										N. 2 PAGINE + ARRICCHIMENTO MULTIMEDIALE	Z5418DE402	
LIBERO										N. 2 PAGINE		
RADIO 24										N. 35 PASSAGGI DA 30" SPOT (publireddazionale), + 1 settimana leaderboard + skin + box e slot 20% visibilità bacino su radio24.it		
TOTALE ff SOLE 24 ORE											€ 22.500,00	
IL TEMPO										N. 2 PAGINE	ZC118DE203	
TOTALE GSP											€ 3.000,00	
LA REPUBBLICA										N. 2 PAGINE	Z7718DE599	
METRO										N. 2 PAGINE		
RADIO CAPITAL										N. 28 PASSAGGI DA 40" PUBLINEWS (publireddazionale)	Z1018DE54A	
TOTALE ff A. MANZONI											€ 42.500,00	
CORRIERE DELLA SERA										N. 2 PAGINE + ARRICCHIMENTO MULTIMEDIALE	Z7F18DE5CB	
LA GAZZETTA DEL MEZZ.NO										N. 2 PAGINE	Z8018DE610	
GAZZETTA DEL SUD										N. 2 PAGINE		
LA STAMPA										N. 2 PAGINE		
GAZZETTA DELLO SPORT										N. 1 PAGINA + ARRICCHIMENTO MULTIMEDIALE		
QN QUOTIDIANO NAZIONALE										N. 2 PAGINE		
TOTALE ff. RCS												€ 52.000,00
IL GIORNALE										N. 2 PAGINE		ZB318DE324
TOTALE ff VISIBILIA											€ 3.800,00	
IL MESSAGGERO										N. 2 PAGINE + SETTIMANA LEADERBOARD 300.000 IMPRESSIONS	Z4818DE3B7	
IL MATTINO										N. 2 PAGINE + SETTIMANA LEADERBOARD 300.000 IMPRESSIONS		
TOTALE ff PIEMME											€ 28.000,00	
Gazzetta del mezzogiorno											Z7618DE35E	
Mediterranea											€ 1.800,00	
TOTALE netto Iva											€ 153.600,00	
TOTALE IVATO											€ 187.392	



(v. assoluti x 1.000)

2015/III - GIORNO MEDIO

QUOTIDIANI	Lettori Carta e/o Replica				Intervallo fiduciario (calcolato sui lettori giorno medio Carta e/o Replica)	Lettori Carta				Intervallo fiduciario (calcolato sui lettori giorno medio Carta)	Lettori Replica *
	ADULTI	UOMINI	DONNE	RESP. ACQUISTI	ADULTI	ADULTI	UOMINI	DONNE	RESP. ACQUISTI	ADULTI	ADULTI
POPOLAZIONE	52.993	25.488	27.505	25.816		52.993	25.488	27.505	25.816		52.993
TOTALE LETTORI QUOTIDIANI	18.713	11.615	7.097	7.848	269	18.165	11.296	6.869	7.615	267	927
TOTALE LETTURE	28.562	18.869	9.691	11.312		27.468	18.228	9.245	10.828		1.340
L'ADIGE	207	107	100	98	38	204	106	98	96	37	9
ALTO ADIGE/TRENTINO	241	150	92	104	41	236	146	90	102	40	7
L'ARENA	239	123	117	120	38	233	117	116	119	39	6
AVVENIRE	358	180	179	183	46	357	178	178	183	46	4
IL CENTRO	276	166	109	128	44	265	158	107	125	43	20
CORRIERE ADRIATICO	270	165	105	107	43	266	161	105	107	43	6
CORRIERE DELLE ALPI	48	27	21	24	17	48	27	21	24	17	0
CORRIERE DELLA SERA	2.364	1.407	957	1.056	113	2.211	1.316	894	990	108	174
CORRIERE DELLO SPORT-STADIO	1.483	1.372	111	307	90	1.449	1.339	109	299	89	53
CORRIERE DELL'UMBRIA VT RI SIAR	346	225	122	130	46	345	224	121	129	46	3
L'ECO DI BERGAMO	294	165	129	152	43	288	163	125	147	43	8
IL FATTO QUOTIDIANO	415	290	125	171	49	326	224	102	132	42	97
GAZZETTA DI MANTOVA	168	98	70	80	35	168	98	70	80	35	1
LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO	478	389	89	112	56	463	378	85	111	55	18
GAZZETTA DI PARMA	157	79	78	81	37	156	79	78	81	37	0
GAZZETTA DI REGGIO	117	65	52	56	28	117	65	52	56	28	0
LA GAZZETTA DELLO SPORT	3.434	3.089	345	725	133	3.361	3.021	341	718	132	115
GAZZETTA DEL SUD	422	305	116	163	54	403	297	107	152	52	19
IL GAZZETTINO	577	326	251	269	58	557	318	240	260	56	25
IL GIORNALE	473	304	169	202	51	448	290	159	187	50	26
GIORNALE DI BRESCIA	361	208	153	169	52	355	207	148	165	51	7
GIORNALE DI SICILIA	346	274	71	114	47	333	264	69	106	46	13
IL GIORNALE DI VICENZA	223	120	103	104	37	216	120	96	97	36	8
ITALIA OGGI	117	82	35	50	29	96	74	22	36	26	22
LIBERO	252	150	102	127	39	237	143	93	118	38	17
LIBERTA'	120	63	57	57	30	120	63	57	57	30	0
IL MATTINO	726	500	225	230	69	692	487	205	210	67	37
IL MATTINO DI PADOVA	165	99	66	74	30	165	99	66	73	30	1
IL MESSAGGERO	1.153	747	406	476	87	1.130	735	395	462	86	27
MESSAGGERO VENETO	335	168	167	177	51	325	163	162	172	50	13
LA NUOVA FERRARA	72	44	28	38	23	70	42	28	37	22	2
NUOVA GAZZETTA DI MODENA/CARPI	117	75	42	44	26	117	75	42	44	26	0
LA NUOVA SARDEGNA	306	177	129	151	49	301	174	127	148	49	6
LA NUOVA DI VENEZIA E MESTRE	136	87	50	63	29	136	87	50	63	29	0
NUOVO QUOTIDIANO DI PUGLIA	252	184	68	88	42	252	184	68	87	42	0
IL PICCOLO	174	94	80	97	39	172	93	80	97	39	2
LA PROVINCIA (CO.LC/ISO)	257	148	109	98	39	254	146	108	97	39	4
LA PROVINCIA (CR)	133	80	53	57	32	131	78	53	57	32	1
LA PROVINCIA PAVESE	173	94	79	86	36	167	94	73	80	35	7
QN IL GIORNO	233	144	89	114	38	225	144	81	105	37	12
QN LA NAZIONE	739	418	321	349	72	720	410	310	332	71	26
QN IL RESTO DEL CARLINO	1.042	587	455	464	87	1.030	583	447	459	87	13
LA REPUBBLICA	2.355	1.322	1.033	1.147	115	2.189	1.234	955	1.082	109	195
IL SECOLO XIX	371	227	144	199	54	359	222	137	191	53	18
LA SICILIA	401	304	97	129	50	396	301	95	126	49	8
IL SOLE 24 ORE	879	567	311	354	68	758	495	263	308	61	153
LA STAMPA	1.294	752	542	605	88	1.236	733	504	565	85	63
IL TEMPO	147	91	55	75	28	135	90	45	66	27	11
IL TIRRENO	514	278	236	248	62	508	273	236	244	61	12
LA TRIBUNA DI TREVISO	127	81	46	57	26	124	81	43	53	26	3
TUTTOSPORT	821	722	99	169	65	781	685	96	166	62	52
L'UNIONE SARDA	333	193	140	166	48	326	191	135	161	47	12
QUOTIDIANI FREE PRESS											
LEGGO	709	348	361	322	73	702	346	356	321	73	9
METRO	812	409	402	365	78	809	407	402	365	78	2