

Roma.....

DETERMINAZIONE N. 21

NS

Oggetto: 5 x 1000 2016 - PIANO MEDIA.

CIG. V. allegato

L'anno duemilasedici, il giorno 18 del mese di aprile

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 125 concernente lavori, servizi e forniture in economia;

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;

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, finalizzata a sensibilizzare i cittadini italiani a devolvere il 5 x 1000 a questo Ente;



TENUTO CONTO del positivo riscontro di detta raccolta fondi relativo all'ultima dichiarazione dei redditi – dovuto in gran parte all'efficacia del piano media 2015 che prevedeva, per pubblicizzare detto evento, l'utilizzo di **mix di mezzi stampa, web e TV** in modo da raggiungere capillarmente il target di riferimento, composto principalmente da professionisti e imprenditori;

RAVVISATA l'opportunità – al fine di assicurare una efficace ed efficiente attività di sensibilizzazione, come nel pregresso, del citato evento e della relativa organizzazione - di promuovere il 5 x 1000 a favore della LILT anche per l'anno 2016, con un piano media dedicato;

CONSIDERATA, in particolare, l'esigenza di prevedere con il menzionato piano – per garantire sia la copertura nazionale che quella locale – il coinvolgimento delle principali emittenti televisive nazionali aventi la più ampia diffusione, supportate dai mezzi di stampa quotidiana, di seguito specificati nell'allegato piano media, che fa parte integrante della presente determinazione

PRECISATO che – a seguito di una intensa trattativa precontrattuale effettuata sia con le principali emittenti televisive nazionali che con le concessionarie giornalistiche interessate – è stato contrattato, relativamente al menzionato piano media 2016, un importo complessivo pari ad euro 234.081,40 IVA compresa;

ACCERTATO che detto importo di euro 234.081,40 IVA compresa - finalizzato ad incrementare la raccolta fondi a favore della LILT tramite il 5 x 1000 - assicura anche per il corrente anno una copertura del servizio in linea rispetto a quella prevista per l'edizione del 2015, anche se con costi minori della predetta campagna 5 x 1000, per la quale era stato stanziato un importo complessivo di euro 248.737,00 + IVA, ottenendo così un considerevole risparmio per l'Ente;

CONSIDERATO che il Consiglio Direttivo Nazionale della LILT nella seduta del 22 aprile 2016 ha approvato detto piano;

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



RAVVISATA la necessità – in considerazione di quanto sopra esposto e nell'imminenza della campagna 5 x 1000 della LILT per l'anno 2016 – di approvare ed attuare il predetto piano media;

DETERMINA

- di approvare ed attuare il Piano Media relativo alla campagna 5 x 1000 2016 – allegato alla presente di cui fa parte integrante - per un importo complessivo di euro 234.081,40 IVA compresa;
- di affidare alle concessionarie giornalistiche e televisive di cui all'allegato facente parte integrante della presente determinazione, l'esecuzione del servizio oggetto del citato Piano Media, per quanto di rispettiva competenza;
- di imputare il costo complessivo di € 234.081,40 Iva inclusa alle seguenti voci di bilancio:
 - 1.03.02.02.005.1 *"campagna settimana nazionale della prevenzione- organizzaz manifestazione e convegni"* per l'importo di euro 187.270,95
 - 1.03.02.02.005.1 *"campagna settimana nazionale della prevenzione-organizzaz manifestazione e convegni"* RP 2008 per l'importo di euro 34.024,55
 - 1.03.02.02.005.2 *" Campagna Giornata Mondiale senza Tabacco"* RP 2008 per l'importo di euro 12.786,00del Bilancio di Previsione anno 2016 che presentano le necessarie disponibilità;
- di far sottoscrivere alle Società elencate nel citato Piano Media 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 5X1000 2016 (redditi 2015)

Periodo: Maggio 2016

Budget € 234.081,40 IVA compresa

La campagna di comunicazione per il 5x1000 2016, redditi 2015, visti i buoni risultati riscontrati negli anni precedenti dove, l'utilizzo sinergico dei mezzi Stampa Quotidiana, TV, e WEB, ha raggiunto in maniera mirata, capillare e trasversale un ampissimo numero di utenti, ripropone lo stesso messaggio con una pianificazione che, ai citati mezzi, si completa con la presenza sulla Stampa Periodica.

L'interazione dei diversi media consentirà una maggiore pressione pubblicitaria, e l'effetto duplicatore darà al messaggio maggior penetrazione, contribuendo, altresì, alla maggiore notorietà e visibilità della LILT.

Seppure in calo gli ascolti televisivi, a causa della grande offerta che arriva dalla rete, la TV rimane il mezzo di massa: uno spot raggiunge milioni di utenti, così non sarà mai per la carta stampata alla quale si riconosce autorevolezza al messaggio. Per questo, oltre alla TV generalista sono stati pianificati anche i canali tematici seguiti da una fetta di telespettatori che diversamente avremmo perso.

Infine, l'inserimento della Stampa Periodica, familiare e magazine, che ha la caratteristica di essere "durevole" (nel senso che ha più atti di lettura nel tempo) e veicola informazioni qualitative e di autorevolezza, consente al messaggio di essere fruito con attenzione.

In sintesi, il presente piano media risponde ai seguenti obiettivi:

1. Raggiungere un target ampio e trasversale grazie al mix di mezzi pianificato.
2. La pressione pubblicitaria esercitata consente una buona penetrazione del messaggio, con l'effetto di suscitare nel pubblico una risposta positiva.
3. Ottimizzazione del costo contatto.

Nonostante il budget sia leggermente inferiore a quello del 2015, i ripetuti contatti con le principali concessionarie, e le varie trattative hanno consentito la definizione di un piano considerato strategicamente valido, in grado di garantire un buon ritorno ed una giusta ed equilibrata proporzione tra spese e benefici, in termini di riscontro oggettivo e di visibilità complessiva, come di seguito specificato.



L'AMMINISTRAZIONE

Handwritten signature

CONCESSIONARIA	TESTATE	SPAZI	OFFERTA Iva esclusa	CIG
RCS	OGGI CORRIERE DELLA SERA CORRIERE ECONOMIA RCS Content area News	n. 1 pagine terza di copertina (se n. 2 avvisi f.to 1/2 pagina n. 1 avviso f.to mezza pagina spec. gian pushbar 900.000 impression		
TOTALE RCS			€ 20.000	ZAA197BC71
HEARST MAGAZINE ITALIA				
	FAMIGLIA CRISTIANA	n.1 pagine	€ 2.500	Z6B197BD1C
PUBLISHARE	FATTO QUOTIDIANO	1/2 pagina	€ 1.000	ZDA197BD9D
STARBUSINESS	GUIDA DEI SERVIZI ALLA	n. 1 pagina 2° di copertina	€ 4.000	Z9B197BE48
VISIBILIA	IL GIORNALE	n. 1 junior page 13 maggio speciale 5x1000 + redazionale omaggio	€ 1.500	ZDA197BE98
PIEMME	IL MESSAGGERO	n. 2 1/2 pagine + 1 settimana messaggero.it 350.000 impression	€ 12.000	Z1E197C4CA
MANZONI	LA REPUBBLICA LA REPUBBLICA NTW economia IL VENERDI'	n. 2 uscite f.to mezza pagina date in n. 1 settimana 400.000 impression n. 1 pagina		
TOTALE MANZONI			€ 19.000	ZB9197C759
SOLE 24 ORE SYSTEM	IL SOLE 24 ORE LIBERO ilsole24ore.com canale Italia e Mondo + Norme e Tributi	n. 3 avvisi f.to falsa mezza pagina n. 1 pagina 2 settimane f.to box top 650.000 impressione -		



TOTALE SOLE 24 ORE			€ 12.295,00	Z41197C857
SKY MEDIA	Canali SKY	n. 922 spot da 15" come da	€ 13.200,00	Z23197CA0F
MEDIASET	C5	n. 46 spot da 15" canali tradizionali e n. 52 spot TGCOM24	€ 12.295,00	ZAB197CB6B
	ITALIA 1	costo tot 49.180	€ 12.295,00	Z58197CB99
	RETE 4		€ 12.295,00	Z0C197CDAA
	TGCOM24		€ 12.295,00	Z35197CDEE
CAIRO	LA 7 + LA 7 D	n. 69 spot (30 da 30" e 39 da 15")	€ 12.295,00	Z02197C902
RAI	RAI NEWS	n. 22 spot da 15 come da dettaglio 15/21 maggio	€ 10.750	Z0E197CE34
	RAI 1	€ 43.000	€ 10.750	Z1F197CEDD
	RAI 2		€ 10.750	ZEF197CF0A
	RAI 3		€ 10.750	Z67197CFA4
Wolters Kluwer Prof. Network	DEM al Data Base del sito IPSOA	direct mail inviate a n. 220.000	€ 1.900	Z36197CA47
TOTALE GENERALE			€ 234.081,40 IVATI	



CALENDARIO PUBBLICAZIONE CAMPAGNA 5X1000

Media Planning																								
MEZZI	3	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
CORRIERE DELLA SERA												■							■					
CORRIERE ECONOMIA		■																						
corriere.it Web-NEWS									■	■	■	■	■	■	■									
OGGI n. 21												■												
MESSAGGERO									■							■								
messaggero.it																■	■	■	■	■	■	■	■	■
SOLE 24 ORE			■							■							■							
LIBERO																		■						
ilsole24ore.com									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
IL GIORNALE						■																		
GUIDA CAF		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Wolters Kluwer- DEM																■								
LA 7 E LA 7D															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
RAI										■	■	■	■	■	■	■								
MEDIASET																■	■	■	■	■	■	■	■	■
SKY										■	■	■	■	■	■	■								
LA REPUBBLICA												■									■			
AFFARI & FINANZA	■																							
repubblica.it																■	■	■	■	■	■	■	■	■
IL VENERDI'													■											
FAMIGLIA CRISTIANA												■		■										
IL FATTO QUOTIDIANO				■														■						

