

Giunta Regionale d'Abruzzo
Direzione Generale della Regione
L'Aquila - Via Leonardo Da Vinci, 6
Alla c.a. dott. Gilberto Petrucci

Pescara, 28/12/2023

Oggetto: Relazione di rendicontazione finale sui servizi per l'attuazione del Piano strategico di comunicazione istituzionale relativo al Nuovo Piano Regionale di Prevenzione 2021-2025. Rif. CIG A007CA2A7A

Con il presente documento si intende fornire una descrizione delle attività svolte nell'ambito dell'incarico per l'attuazione del Piano strategico di comunicazione istituzionale relativo al nuovo Piano Regionale di Prevenzione 2021-2025.

WEB E DIGITAL

Portale Web

Sinergia Adv ha progettato e realizzato un sito web dedicato ai contenuti informativi e di sensibilizzazione della campagna "Insieme In Salute", rivolto all'intera cittadinanza. Il sito è stato pubblicato online il 6 novembre 2023, in concomitanza con l'avvio della campagna di comunicazione che, di fatto, rimanda al sito stesso per approfondimenti. Se ne riportano di seguito le principali caratteristiche.

Struttura della navigazione

Il portale, raggiungibile all'indirizzo insieme-insalute.it, è realizzato su una piattaforma open-source, separata da quella del sito sanita.regione.abruzzo.it ma che può essere linkato da quest'ultimo.

La navigazione interna del portale è separata da quella del sito <https://sanita.regione.abruzzo.it/> e ha un proprio menu di navigazione: in accordo con la Stazione appaltante, la navigazione interna del portale è stata organizzata in quattro macro-aree: 'Home', 'Aree di intervento', 'ASL' e 'News'; ciascuna di queste aree ha una struttura diversificata per rispondere specificamente a differenti esigenze, ma all'interno di uno stesso registro stilistico.

All'interno di ciascuna area è possibile esplorare dei sottogruppi tematici, ad esempio nella sezione 'Aree di intervento' i contenuti sono raggruppati nei sottogruppi 'Programmi'.

All'interno di ciascun sottogruppo, è possibile navigare nei contenuti rilevanti in forma di indice, cliccando su ciascuna voce dell'indice sarà possibile visualizzare lo specifico contenuto richiesto. Ad esempio, nel sottogruppo 'Salute materno infantile e riproduttività' è possibile trovare i contenuti indicizzati relativi a specifici documenti o azioni messe in atto.

In data 29/11/2023 sono stati implementati sul portale web i contenuti descrittivi dei vari Programmi del PRP e le relative azioni, dove presenti. Queste ultime sono state arricchite, dove disponibili, da documenti e link utili forniti dalla Committenza.



Sito web HOMEPAGE mobile

Struttura del portale/Back-end

Il portale è implementato su piattaforma CMS open-source (release più recente e stabile) e la struttura del database è implementata secondo le specifiche definite dalla struttura di navigazione sopra descritta.

Lato back-end è possibile gestire in modo semplice ed autonomo news ed articoli, ed effettuare modifiche nelle parti di contenuto-pagina, utilizzando gli editor di coding integrati.

Come da accordi, il portale è realizzato in lingua italiana e consente l'integrazione di eventuali sistemi di terze parti come mappe, sistemi per gestione cookies/GDPR, ecc.

Struttura della visualizzazione/Front-end

La parte front-end del portale (CSS) è realizzata su griglia Bootstrap per rendere gli elementi responsive, ovvero adattabili ai principali formati di schermo standard, sia mobile che desktop. Stilisticamente, gli elementi grafici sono realizzati con uno stile vicino a quello attualmente in uso su <https://sanita.regione.abruzzo.it/> e allo stesso tempo coerente con l'approccio grafico della campagna di comunicazione, di cui riprende i principali elementi stilistici e grafici.

Note

Il sito è momentaneamente installato su nostro server (compatibile e ottimizzato per CMS open-source di ultima generazione).

A partire dal 6 novembre scorso e per 6 mesi Sinergia Adv avrà in carico l'attività di manutenzione e debugging del sito.

Il lavoro si intende "on-going" finché la Stazione appaltante avrà fornito a Sinergia Adv tutti i contenuti testuali, documenti e link da integrare nel portale web in riferimento alle azioni dei Programmi, e comunque fino al 31/12/2023.

Al termine della fase di "on-going", Sinergia Adv andrà a spostare il sito web sul server della Committenza (Regione Abruzzo) al fine di garantirne la massima sicurezza. Tale fase di spostamento verrà avviata non prima dell'8 gennaio. In fase di installazione sarà necessario disporre di un utente di alto livello per effettuare la

procedura; dopo tale procedura, sarà sufficiente avere un accesso di basso livello (editor) per l'inserimento delle nuove news.

Privacy policy e tracciamenti

Sul portale è stata impostata una vista Google Analytics GA4 con funzione 'contatore', senza altro tipo di tracciamento.

Dato che il sito presenta esclusivamente cookie tecnici e di funzionamento, non sono stati inseriti privacy policy e cookie policy.

Sito web HOMEPAGE desktop



Numero visite al sito ad oggi: in data al 26/12 si contano n. 8.148 visite.

Numeri a confronto:

6/12: pubblicazione online del sito

9/12: 2.040 visite

22/12: 6.863 visite

26/12: 8.148 visite

Web App

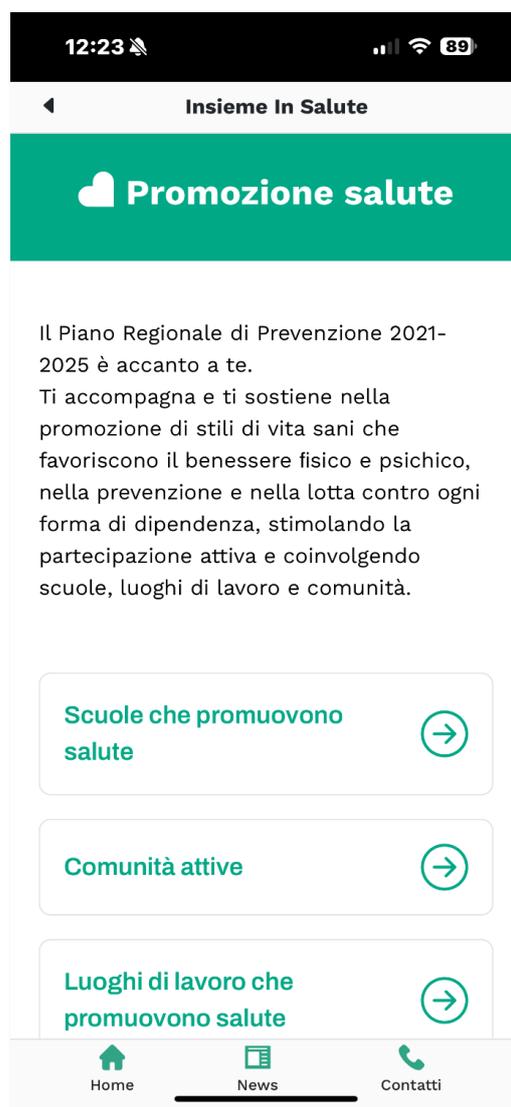
Struttura della navigazione

La Web App, raggiungibile da smartphone all'indirizzo webapp.insieme-insalute.it (dominio di terzo livello) è stata pubblicata online in data 13/12/2023.

Questa è stata realizzata su una piattaforma open-source, separata da quella del sito sanita.regione.abruzzo.it/; è raggiungibile da QR-Code o direttamente da link specifico.

La navigazione interna è separata da quella del sito sanita.regione.abruzzo.it ed ha un proprio menù di navigazione.

È suddivisa in 3 sezioni: Homepage, News e Contatti, la prima delle quali a sua volta organizzata in quattro macro-aree. L'alberatura e i contenuti rispecchiano dunque quelli del portale web di cui sopra, seppur secondo criteri di ottimizzazione ulteriore semplificazione in termini di user experience.



Esempi schermate della Web App

Struttura della Web App/Back-end

La Web App è stata implementata su piattaforma CMS open-source (release più recente e stabile). La struttura del database è implementata secondo le specifiche definite dalla struttura di navigazione, ovvero customizzata per rispondere alle suddette esigenze.

La Web App lato back-end potrà essere gestita in modo autonomo rispetto al front-end e sarà possibile dunque personalizzare gli elementi dell'uno indipendentemente dall'altro.

La Web App è in lingua italiana e fornisce la possibilità di integrare sistemi di terze parti come mappe, sistemi per gestione cookies/GDPR, ecc.

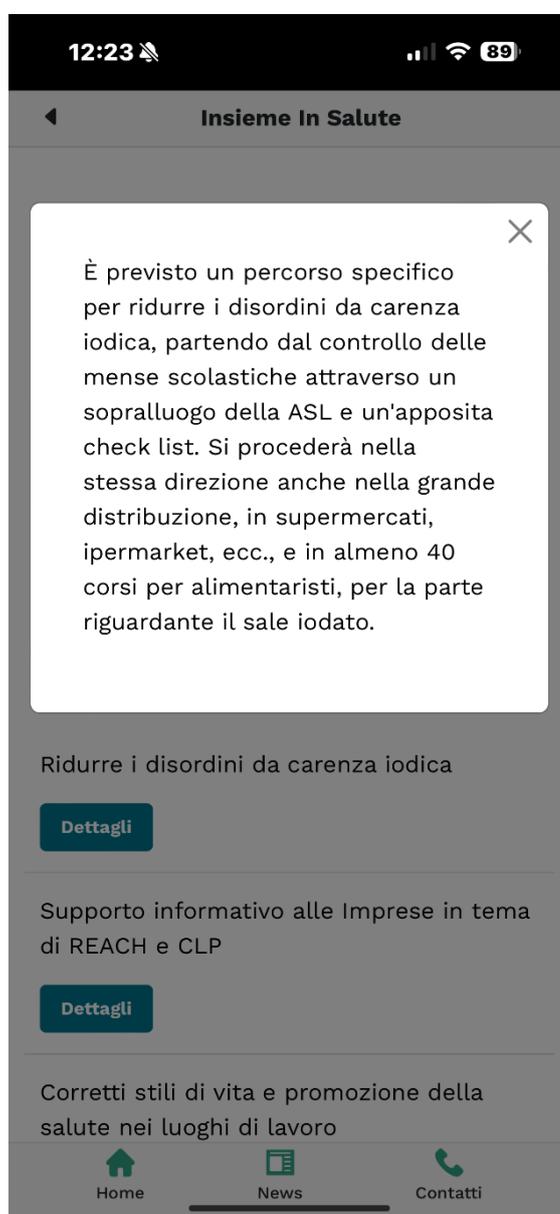
Struttura della visualizzazione/Front-end

La parte front-end è realizzata con gli elementi tipici delle Web App (HTML, CSS + Javascript), risultando così navigabile da un normale browser e senza specifiche installazioni. La Web App è progettata per essere ottimizzata per dispositivi mobile di tipo smartphone ed è corredata da un set personalizzato di pulsanti, icone e cluster tematici.

Gli elementi grafici sono realizzati con uno stile grafico in linea con quello attualmente in uso su sanita.regione.abruzzo.it/ ma aggiornato e pienamente coerente anche con il format creativo della campagna di comunicazione.

La navigazione nelle pagine e sotto-pagine permette di condividere in maniera semplice i contenuti e di scaricare le informazioni pertinenti.

Per rendere massimamente fruibile la Web App non è necessario scaricare alcuna App dagli store ma basta semplicemente visitare il link e tutte le funzioni della Web App sono nativamente attive; in questo modo, da qualsiasi smartphone, basterà usare la funzione 'Add to Home Screen' per salvare l'icona della Web App sul telefono e dunque richiamarla successivamente con un semplice tocco come se fosse una vera e propria App.



Note

La Web App ha seguito le stesse procedure di pubblicazione e manutenzione previste per il portale web.

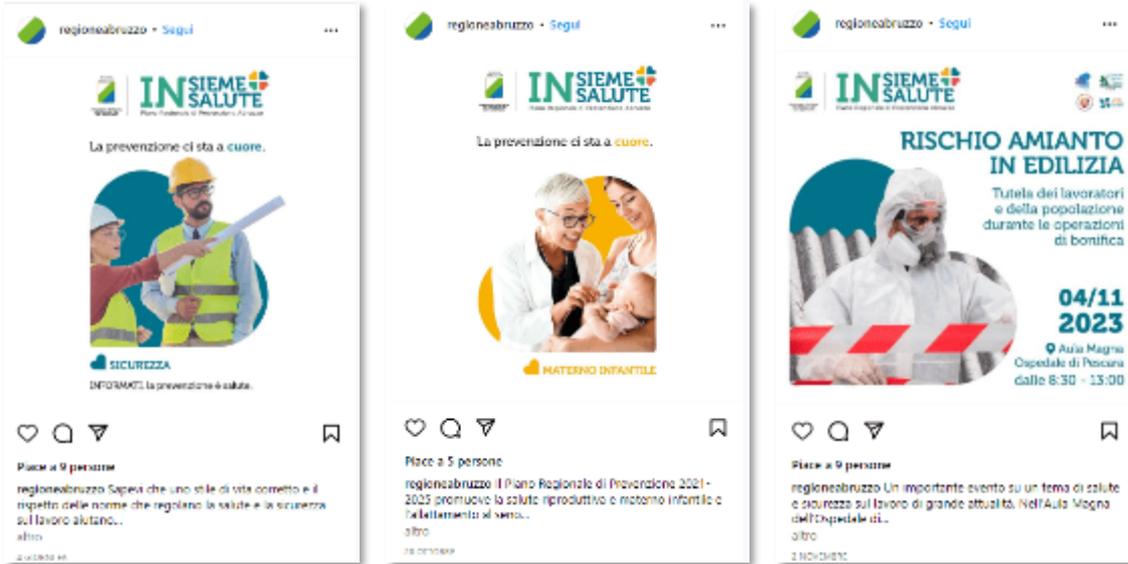
L'incarico prevede sei mesi di attività di debugging; il lavoro non include la pubblicazione della Web App sugli store, poiché non necessita di scaricare ulteriori software, è già immediatamente operativa sia con Android che IOS su tutti i principali browser.

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT E SOCIAL CONTENT CURATION

La **social media strategy** attuata per la promozione del Piano Regionale di Prevenzione sta raggiungendo un numero sempre crescente di persone, creando una community con cui dialogare costantemente, grazie a un'adeguata pianificazione dei contenuti e della frequenza di pubblicazione, a un'attenta strategia di content curation (definizione delle tematiche, uso di keyword dedicate, uso strategico degli hashtag e delle menzioni, ecc.) e allo sviluppo di apposite link strategy per aumentare le conversioni sui portali www.regioneabruzzo.it e www.insieme-insalute.it.

Sinergia Adv si è inoltre occupata della gestione e moderazione di contenuti tematici attinenti al Piano e ai servizi erogati sui canali social ufficiali della Regione Abruzzo (**Facebook, Instagram e X-Twitter**). Si è dato maggiore risalto a contenuti di carattere informativo e di promozione degli eventi calendarizzati -inclusi i corsi di formazione, di cui inizialmente non era prevista la divulgazione da parte della nostra Agenzia-, con iniziative, formati e forme di sponsorizzazione finalizzate ad accrescere l'ampiezza e l'engagement del pubblico, avvalendosi dell'ausilio di video e di altre soluzioni animate (GIF, infografiche) per rendere i profili più dinamici.

Esempi post Instagram



Esempi post Facebook



Esempi post Twitter / X



Campagna di comunicazione digitale

Sinergia Adv ha curato il piano di Web Marketing pianificato su **Facebook** e **Instagram ADS**, sia in termini di consulenza che in termini di gestione, al fine di aumentare le visualizzazioni dei contenuti veicolati e il traffico sul portale. Considerate queste caratteristiche, le sponsorizzazioni tramite canali social sono state pianificate in diverse fasi, con azioni mirate al raggiungimento di macro-obiettivi quali:

- *Promozione e divulgazione degli eventi* sul territorio calendarizzati;
- *Brand Awareness*, con un lavoro finalizzato alla riconoscibilità del brand e a portare più utenti possibili sul portale mantenendo un CPC (cost per click) basso;
- *Performance branding*: sono state sviluppate strategie basate su call to action per aumentare l'interattività, accrescere l'engagement e incrementare i tassi di conversione e i flussi sul portale strutturando annunci mirati col fine principale di acquisire contatti qualificati (lead generation).

Alla data del 22 dicembre, sono state erogate 20 campagne sui profili social della Regione Abruzzo.

Nello specifico si tratta delle campagne sulla promozione dello spot/video del programma, della campagna ombrello "Insieme In Salute" e del portale insieme-insalute.it, ad oggi (28 dicembre) di nuovo in programmazione fino al 31 dicembre. Inoltre, sono state accese campagne specifiche di pubblicizzazione degli eventi programmati. Questo il dettaglio:

Promozione spot/video

Campagna traffico su FB: dal 7 novembre al 22 dicembre la campagna ha generato n. 1.669 click sul link (portale insieme-insalute.it), con una copertura di n. 45.847 utenti raggiunti e 186.071 impression.

Campagna traffico su IG: dal 22 novembre al 22 dicembre la campagna ha generato n. 229 click sul link, con una copertura di n. 8.227 utenti raggiunti e 15.735 impression.

Campagna copertura su IG: dal 10 novembre al 1° dicembre la campagna ha generato una copertura di n. 19.850 utenti raggiunti e 32.589 impression.

La campagna è stata riprogrammata fino al 31 dicembre.

Campagna ombrello “Insieme In Salute”

Campagna traffico su FB: dal 20 novembre al 22 dicembre la campagna ha generato n. 960 click sul link (portale insieme-insalute.it), con una copertura di n. 43.003 utenti raggiunti e 134.578 impression.

Campagna traffico su IG: dal 20 novembre al 22 dicembre la campagna ha generato n. 394 click sul link, con una copertura di n. 11.316 utenti raggiunti e 23.382 impression.

La campagna è stata riprogrammata fino al 31 dicembre.

Campagna portale insieme-insalute.it

Campagna traffico su FB: dal 29 novembre al 22 dicembre la campagna ha generato n. 566 click sul link (portale insieme-insalute.it), con una copertura di n. 21.819 utenti raggiunti e 54.503 impression.

Campagna traffico su IG: dal 29 novembre al 22 dicembre la campagna ha generato n. 104 click sul link, con una copertura di n. 8.371 utenti raggiunti e 16.343 impression.

La campagna è stata riprogrammata fino al 31 dicembre.

Convegno “Rischio amianto”

Campagna traffico su FB: dal 2 al 4 novembre la campagna ha generato n. 200 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 19.504 utenti raggiunti e 26.029 impression.

Giornata regionale lotta alle dipendenze

Campagna traffico su FB: dal 16 al 17 novembre la campagna ha generato n. 561 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 13.558 utenti raggiunti e 15.643 impression.

Campagna traffico su IG: dal 16 al 17 novembre la campagna ha generato n. 22 click sul link, con una copertura di n. 5821 utenti raggiunti e 6.856 impression.

Convegno Ludopatia

Campagna traffico su FB: dal 21 al 24 novembre la campagna ha generato n. 289 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 14.200 utenti raggiunti e 23.890 impression.

Campagna traffico su IG: dal 21 al 24 novembre la campagna ha generato n. 89 click sul link, con una copertura di n. 9.184 utenti raggiunti e 11.784 impression.

Convegno Salute e sicurezza in edilizia

Campagna traffico su FB: dal 6 al 10 dicembre la campagna ha generato n. 82 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 7.683 utenti raggiunti e 13.434 impression.

Campagna traffico su IG: dal 6 al 10 dicembre la campagna ha generato n. 30 click sul link, con una copertura di n. 3.615 utenti raggiunti e 4.630 impression.

Convegno Salute di genere

Campagna traffico su FB: dal 10 al 14 dicembre la campagna ha generato n. 177 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 12.317 utenti raggiunti e 21.425 impression.

Campagna traffico su IG: dal 10 al 14 dicembre la campagna ha generato n. 54 click sul link, con una copertura di n. 4.567 utenti raggiunti e 6.125 impression.

Convegno Luoghi di lavoro che promuovono salute

Campagna traffico su FB: dal 15 al 18 dicembre la campagna ha generato n. 122 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 12.907 utenti raggiunti e 18.952 impression.

Campagna traffico su IG: dal 15 al 18 dicembre la campagna ha generato n. 32 click sul link, con una copertura di n. 4.756 utenti raggiunti e 5.648 impression.

Convegno Screening oncologici

Campagna traffico su FB: dal 20 al 22 dicembre la campagna ha generato n. 449 click sul link (articolo su portale regione.abruzzo.it), con una copertura di n. 19.225 utenti raggiunti e 28.082 impression.

Campagna traffico su IG: dal 15 al 18 dicembre la campagna ha generato n. 32 click sul link, con una copertura di n. 2.176 utenti raggiunti e 2.406 impression.

Attualmente, inoltre, e fino al 31 dicembre, sono state riaccese 4 campagne traffico (Promozione Spot/Video su Facebook, Campagna ombrello "Insieme In Salute" su Facebook, Campagna ombrello "Insieme In Salute" su Instagram e Campagna portale insieme-insalute.it FB/IG), che ad oggi hanno generato un totale di n. 413 click sul link (portale Insieme-Instalute.it), una copertura di n. 27.657 utenti raggiunti e n. 31985 impression. La stima di copertura per i restanti 3 giorni di programmazione si attesta tra i 3,1k e 9,4k utenti giornalieri per ciascuna campagna.

Le policy di acquisto degli spazi sono state gestite in modalità CPC (cost per click). La pianificazione è avvenuta mediante contenuti testuali, video e immagini. Sono state realizzate con inserzioni e-branding e awareness finalizzate ad accrescere la **notorietà** (la distribuzione delle inserzioni è stata ottimizzata per generare interesse nei confronti del Piano Regionale di Prevenzione e aumentare il ricordo che le persone hanno dei suoi contenuti e dei servizi erogati), il **traffico** verso il nuovo portale e la **copertura** (la distribuzione delle inserzioni è stata ottimizzata per mostrarle a quante più persone possibile nel pubblico di destinazione). Le campagne sono state geo targettizzate su tutto il territorio regionale e rivolte a un target ampio (uomini e donne dai 25 ai 65).

ORGANIZZAZIONE EVENTI

In occasione degli eventi calendarizzati (convegni, incontri, iniziative speciali e corsi di formazione) l'Agenzia ha assicurato un servizio di supporto organizzativo e operativo che ha previsto la presenza in loco di personale altamente qualificato, la

progettazione di visual e copy per la veste grafica e creativa e la promozione delle iniziative, la gestione degli aspetti tecnico-logistici e altre attività utili alla migliore riuscita delle stesse.

Eventi realizzati:

- **Evento del 4 novembre** – “Rischio amianto in edilizia. Tutela dei lavoratori e della popolazione durante le operazioni di bonifica”, a Pescara.

Alcune foto dell'evento “Rischio amianto in edilizia” tenutosi il 4 novembre 2023



- **Evento del 24 novembre** sul tema del disturbo da Gioco d'azzardo patologico (GAP) presso il Museo delle Genti d'Abruzzo di Pescara.



Alcune foto dell'evento “Disturbo da gioco d'azzardo e altre dipendenze” tenutosi il 24 novembre 2023

- **Evento dell'11 dicembre** sul tema Salute e Sicurezza in Edilizia presso Park Hotel Sporting di Teramo.

- **Evento del 14 dicembre** sul tema della Medicina di genere presso Palazzo Camponeschi a L'Aquila.



Alcune foto dell'evento "Salute di genere, prevenzione e stili di vita" tenutosi il 14 dicembre 2023

- **Evento del 18 dicembre** sul tema WHP (area Promozione salute) rivolto a imprese e datori di lavoro, presso il Polo Museale Santo Spirito di Lanciano



Alcune foto dell'evento "Workplace Health Promotion" tenutosi il 18 dicembre 2023

- **Evento del 22 dicembre** sul tema degli Screening presso il Campus universitario di Chieti.



Alcune foto dell'evento "Gli screening oncologici organizzati ci salvano la vita" tenutosi il 22 dicembre 2023

[Cliccare qui per il download di tutte le foto degli eventi](#)

Nello specifico, per ciascun evento sono state svolte le seguenti attività:

Segreteria organizzativa e assistenza logistica

- attività di supervisione, coordinamento e interfaccia costante con la Committenza, gestione di tutte le fasi operative e logistiche dell'organizzazione;
- logistica e allestimenti: individuazione e sopralluogo location istituzionali (con dotazioni tecnico-strumentali già presenti); selezione e coordinamento fornitori;
- rapporti con i relatori per la raccolta di materiale informativo e definizione delle necessità tecniche;
- predisposizione e invio dell'invito e attività di recalling per verifica ricezione e raccolta delle adesioni;
- preparazione di un kit conference e consegna dello stesso;

- servizio di accoglienza ospiti e relatori; gestione degli accrediti e consegna materiali informativi;
- attività di follow up;
- welcome coffee o light lunch dove previsto;
- per l'evento in programma a L'Aquila il 14 dicembre l'Agenzia ha provveduto anche al coinvolgimento di una giornalista/moderatrice RAI, dunque di caratura nazionale.

Progettazione e realizzazione veste grafica, produzione materiali

- ideazione visual grafico degli eventi;
- progettazione declinazioni grafiche e realizzazione esecutivi (locandine, roll-up, invito web, cavalieri, kit conference, badge, banner per campagne di web marketing, post/stories e cover evento sui social, ecc.);
- stampa e distribuzione dei materiali.

Attività di Ufficio Stampa (anche laddove inizialmente non prevista)

- redazione comunicati stampa sugli eventi.

Promozione e divulgazione

- realizzazione post social dedicati agli eventi;
 - attività di sponsorizzazione degli stessi.
-
- In occasione delle **iniziative del 17 novembre** per la Giornata Regionale sulle Dipendenze Patologiche dal titolo: "Giovani Cambiamenti: soggetti Promotori di Salute", e tenutosi presso il Teatro Comunale di Atri e presso altre location nei 4 ambiti territoriali delle ASL abruzzesi, l'Agenzia si è occupata delle ultime tre attività di cui sopra (Progettazione della veste grafica e realizzazione dei materiali, Ufficio Stampa per la redazione del comunicato, dei materiali social di promozione delle iniziative). Più in dettaglio l'Agenzia ha curato: realizzazione e produzione della locandina e del programma dell'evento, degli attestati e delle

pergamene per i vincitori, del programma del concerto dei ragazzi previsto nell'ambito delle iniziative territoriali; la realizzazione e sponsorizzazione di post Facebook (formato carosello) per la promozione degli incontri.

- In occasione dell'evento dell'**11 dicembre** sul tema salute e sicurezza in edilizia svoltosi a Teramo, inizialmente previsto come momento formativo e successivamente convertito in evento di informazione e sensibilizzazione, è stato chiesto all'agenzia di curare la segreteria organizzativa e la realizzazione dei materiali grafici di supporto, nonché di provvedere a un coffee break presso la struttura scelta come sede dell'incontro.

Su richiesta della Stazione Appaltante, Sinergia Adv si è occupata delle riprese video delle iniziative svoltesi presso il Teatro di Atri e della realizzazione in loco di interviste ai referenti presenti, per la produzione di almeno una video-pillola.

Inoltre, Sinergia Adv si è occupata dell'adattamento dei materiali di divulgazione e promozione dei **Corsi di formazione** previsti nei mesi di novembre e dicembre 2023, al fine di uniformarli dal punto di vista stilistico ad un unico format di comunicazione. A titolo esemplificativo si menziona la produzione di cartelline e l'adeguamento grafico dei materiali di comunicazione (programma, locandine, ecc.) per i seguenti corsi formativi:

- "Il Sovraccarico biomeccanico nell'ottica del PRP 2021-2025. Spunti e prospettive per un approccio integrato" (Sulmona, 21 novembre);
- "La prevenzione degli incidenti domestici con particolare riguardo alla popolazione anziana pediatrica" (L'Aquila, 22 novembre);
- "Agricoltura. Il ruolo dei Servizi di prevenzione e vigilanza, fra rischi antichi e nuovi, per la prevenzione degli infortuni sul lavoro" (San Vittorino – L'Aquila, 30 novembre/1° dicembre);
- "Piano Regionale della Prevenzione 21/25 e monitoraggio delle malattie professionali: il Sistema MalProf" (Chieti, 5 e 6 dicembre);

- "Scuole che promuovono Salute in Abruzzo. Laboratorio Regionale per l'Attuazione del PRP 2021-2025" (L'Aquila, 15 dicembre).

WEB CONTENT CURATION

A partire dal censimento e dall'analisi del Piano Regionale di Prevenzione e dall'interfaccia con i referenti regionali, sono stati sviluppati testi e materiali ipertestuali, con definizione di keyword specifiche, presentazione proposte editoriali alla Committenza e validazione, formattazione, controllo ortografico e proof reading, pubblicazione dei contenuti (testuali, ipertestuali, iconografici), ottimizzazione in ottica SEO, impostazione link strategy, definizione policy di moderazione, fine tuning e follow up.

L'organizzazione dei contenuti ha seguito la suddivisione nelle quattro macroaree del Piano Regionale della Prevenzione 2021-2025 (Sicurezza; Promozione Salute; Prevenzione attiva; Materno infantile) e nei 13 Programmi afferenti al Piano.

Inoltre, sul sito web sono stati implementati i testi descrittivi delle azioni afferenti ai Programmi del PRP.

PIANIFICAZIONE MEDIA

Lo scorso 6 novembre ha preso il via la campagna informativa sul Piano Regionale di Prevenzione 2021-2025, pianificata sull'intero territorio regionale con Focus sui 4 Capoluoghi di Provincia.

La campagna integrata è stata veicolata su media complementari per il raggiungimento degli obiettivi strategici di promozione del PRP sul territorio regionale e di sensibilizzazione dei cittadini.

Nello specifico la pianificazione ha incluso le principali emittenti TV e Radio abruzzesi, circuiti di affissioni comunali e spazi commerciali nelle quattro Province e nei principali centri urbani della regione, le principali testate di informazione online.

Di seguito un dettaglio dell'attività di media buying svolta e, dunque, della pianificazione degli spazi pubblicitari presidiati.

Tv

- Rete 8 - 56 passaggi totali: 4 passaggi al giorno per 14 giorni.
- Info Media News - 120 passaggi totali: 8 passaggi al giorno per 15 giorni. È stato inoltre previsto il passaggio di un servizio giornalistico durante il TG per la promozione dell'evento del 22 dicembre;
- TV6 - 90 passaggi totali: 6 passaggi al giorno per 15 giorni, di cui 3 nelle fasce dei TG;
- LAqTV - 90 passaggi totali: 6 passaggi al giorno per 15 giorni. L'Agenzia ha inoltre opzionato la trasmissione di un'intervista all'interno di un TG per la promozione dell'evento tenutosi il 22 dicembre;
- Super J - 75 passaggi totali: 5 passaggi al giorno per 15 giorni. Anche in questo caso è stato pianificato uno spazio ad alta visibilità all'interno del TG durante le fasce informative nella giornata del 21 dicembre, per l'evento che si sarebbe svolto il giorno successivo a Chieti;
- Onda TV - 120 passaggi totali: 8 passaggi al giorno per 15 giorni.

Riepilogo

Contenuto: spot 60 secondi (formato speciale in alternativa al 30 secondi)

Totale emittenti: 6 (a fronte delle 5 previste)

Totale passaggi: oltre 550

Soggetti di campagna veicolati: soggetto principale

Periodo: 6 -19 novembre

Spazi media aggiuntivi:

- Speciali giornalistici su InfoMediaNews, SuperJ, LAQTV, Tv6 per la promozione dell'evento del 22 dicembre a Chieti (trasmissione dell'intervista al dott. F. Caracciolo).

Link servizio [Info Media News](#)

Link servizio [LAQTV](#) (min 20:15")

Link servizio [TV6](#) (min 7:15")

Link servizio [SuperJ](#)

- Puntata della trasmissione "Il Fatto" di Rete8 dedicata, con la partecipazione dell'Assessore N. Verì. La registrazione è prevista il 29 dicembre.

Radio

- Radio Parsifal: 120 passaggi totali, 8 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio California: 120 passaggi totali, 8 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio Ciao (circuiti L'Aquila e Pescara): 240 passaggi totali sui due circuiti, 16 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio Studio 5+ (circuiti L'Aquila e Pescara): 240 passaggi totali sui due circuiti, 16 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio Delta 1 (circuiti L'Aquila e Pescara): 240 passaggi totali sui due circuiti, 16 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio Play Capital (circuiti L'Aquila e Pescara): 240 passaggi totali sui due circuiti, 16 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio L'Aquila 1: 90 passaggi totali, 6 passaggi al giorno per 15 giorni;
- Radio Centrale 1: 90 passaggi totali, 6 passaggi al giorno per 15 giorni.

Riepilogo

Contenuto: spot 30 secondi

Totale emittenti: 8 (a fronte delle 5 previste)

Totale passaggi: oltre 1.300 (a fronte di una richiesta di almeno 750)

Soggetti di campagna veicolati: soggetto principale

Periodo: 6 – 19 novembre.

Affissioni outdoor

- Circuiti comunali di Pescara, L'Aquila, Teramo, Chieti: formato 6x3.
Periodo 28 giorni dal 6 novembre al 3 dicembre 2023 (a fronte dei 15 giorni minimo previsti da Capitolato).

Totale n. 25 postazioni.

- o Circuiti commerciali formato 200x150cm su tutte le principali Strade Statali e Provinciali del territorio abruzzese, a coperture delle 4 aree provinciali.

Periodo: 30 giorni, dal 1 al 30 novembre 2023.

Totale n. 100 pannelli.

- o Circuiti commerciali formato 6x3m nei centri urbani di Pescara, L'Aquila, Teramo, Chieti, Atri, Cappelle S.T., Giulianova, Mosciano S.A., Nereto, Notaresco, Roseto, San Giovanni T., Silvi, Spoltore, Tortoreto.

Periodo 15 giorni dal 20 novembre al 3 dicembre 2023.

Totale n. 27 poster.

Riepilogo

Totale postazioni: 152

Soggetti di campagna veicolati: 4 soggetti specifici

Periodo: oltre 1 mese (poster 6x3m dal 6 novembre per 4 settimane in totale; 200x150cm dal 1 novembre per 4 settimane).

[Cliccare qui per il download delle foto delle affissioni outdoor](#)

Web banner

- o infomedianews.it: web banner in homepage e in infografico televisivo per 15 giorni;
- o ilcentro.it: banner intro full screen in homepage per 7 giorni;
- o rete8.it: banner in homepage per 30 giorni;
- o ilmessaggero.it: banner in homepage intro full screen cross device per 7 giorni;
- o ilcapoluogo.it: banner desktop e mobile in homepage e nelle pagine articoli per 30 giorni;
- o abruzzoweb.it: banner 300x300px in homepage e nelle pagine interne, diffusione sui canali social e diffusione comunicati per 30 giorni;

- virtuquotidiane.it: banner 300x200px in homepage e nelle pagine interne per 30 giorni;
- abruzzo.cityrumors.it: banner a inizio articolo 650x120px mobile e 300x250px desktop per 30 giorni, 2 articoli inclusi;
- ilpescara.it: banner interstitial full screen tra una notizia e l'altra per 30 giorni;
- chietitoday.it: banner interstitial full screen tra una notizia e l'altra per 30 giorni;
- zonalocale.it: banner top in testata homepage 1800x225px per 30 giorni;
- newstown: banner in homepage per 30 giorni, intervista;
- laquilablog.it: banner 300x300px in homepage e nelle pagine interne, diffusione sui canali social, per 30 giorni;
- certastampa.it: banner nella colonna laterale in homepage per 30 giorni;
- marsicalive.it: banner in homepage formato 420x350px per 30 giorni;
- abruzzoinvideo.tv: banner pop-up su intero sito desktop e mobile, leaderboard e banner sotto la descrizione dell'articolo per 30 giorni.

Riepilogo

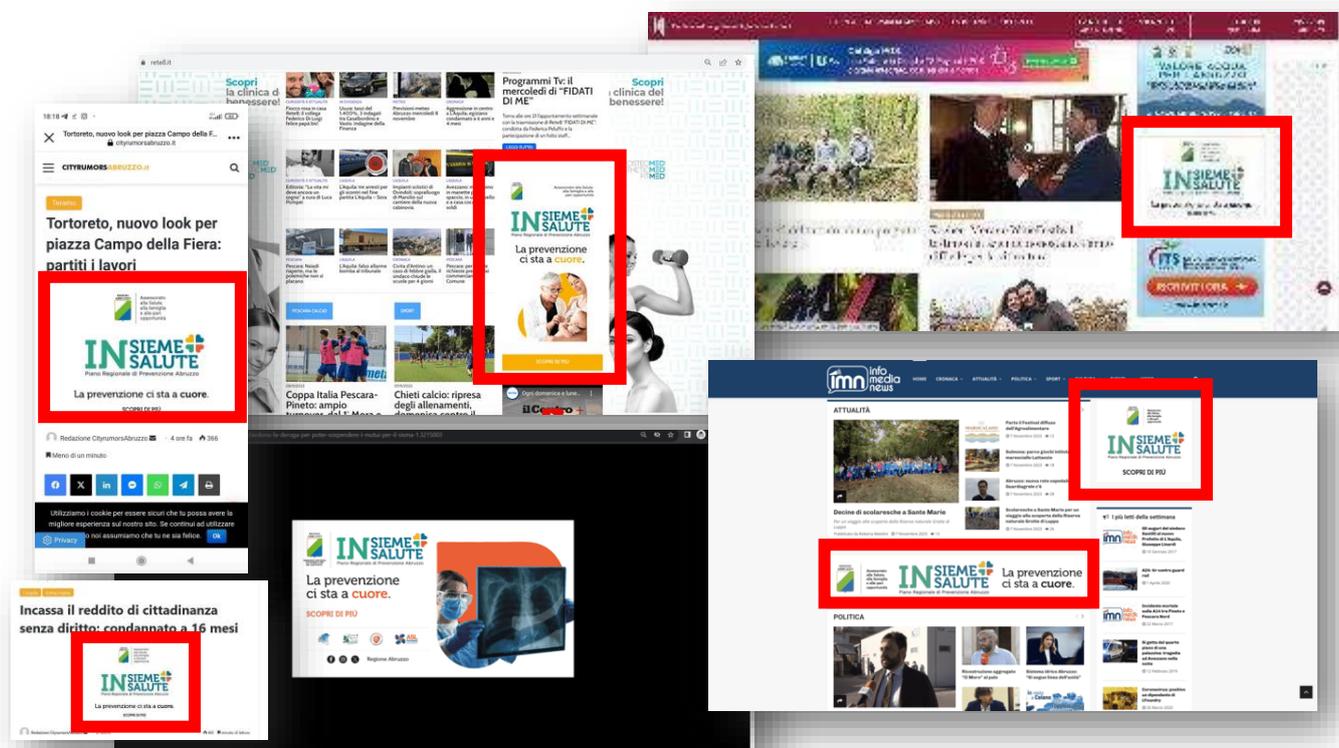
Totale portali web: 16 a fronte dei 10 richiesti

Soggetti di campagna veicolati: 4 soggetti specifici a rotazione

Periodo: 30 giorni totali nel mese di novembre

Spazi aggiuntivi: diffusione comunicati su abruzzoweb.it e abruzzo.cityrumors.it, diffusione articoli su newstown.it.

Esempi web banner sulle principali testate di informazione regionali



[Cliccare qui](#) per il download dei report di pianificazione media ricevuti ad oggi: Tv, radio, affissioni, web banner.

VIDEO PILLOLE INFORMATIVE

Sono state realizzate le “video pillole” informative sui temi della campagna, con focus su alcuni dei Programmi previsti nell'ambito del PRP.

L'Agenzia ha realizzato un format grafico per i video al fine di assicurare una certa distintività e riconoscibilità delle “pillole” all'interno dei feed social di pubblicazione:

- durata non superiore ai 90 secondi;
- infografica animata in apertura del video. La reference è la logo animation presente anche nello spot TV;
- video intervista o video di eventi: non ci sarà alcuna domanda da parte del giornalista ma si vedrà direttamente l'intervistato rispondere. Questo introdurrà di volta in volta il tema specifico e illustrerà brevemente uno dei Programmi del PRP

(o, nel caso dell'Assessore Verì, presenterà il PRP nel suo complesso e la relativa campagna informativa);

- un "sottopancia" in sovraimpressione indicherà nome e ruolo dell'intervistato;
- infografica in chiusura del video con riferimento al sito web.

Elenco video pillole realizzate:

- 1) video dell'Assessore Verì sul lancio della campagna sul PRP. Questa prima intervista è stata realizzata direttamente in collaborazione con l'Ufficio stampa dell'Assessorato, che ha di fatto effettuato le riprese;
- 2) video-racconto dell'evento tenutosi ad Atri il 17 novembre scorso;
- 3) video del Dirigente dott. F. Caracciolo sul PL11;
- 4) video della dott.ssa D. Palmieri sul PP10;
- 5) video delle dott.sse D. Ricciuti e C. Di Matteo sul PL13;
- 6) video-intervista al dott. F. Caracciolo per la promozione dell'evento del 22 dicembre a Chieti;
- 7) video del dott. G. Bucciarelli sul PP09;
- 8) video del dott. E. Giansante sul PL12;
- 9) video della dott.ssa M. G. Vinciguerra sul PP2;
- 10) video della dott.ssa M. Scatigna sul PP1.

Cordialmente,

Amministratore Sinergia Adv SRL

SINERGIA ADVERTISING SRL
Via Orazio, 123 - 65127 PESCARA (PE)
Partita IVA 01489910685

