

PIANIFICAZIONE MEDIA

La pianificazione dovrà essere sviluppata sui principali media regionali e, nello specifico:

DESCRIZIONE AZIONI RICHIESTE	QUANTITATIVI MINIMI RICHIESTI DALL'AMMINISTRAZIONE E INFORMAZIONI
Meeting informativi (<i>workshop e seminari educativi</i>)	almeno nr. 8
Sono da considerare le prime 5 TV operanti a livello regionale (dati Auditel, media aggiornati).	Nr.5 passaggi dello spot di circa 30" in <i>prime time al giorno per 15 giorni</i> .
Sono da considerare le prime 5 radio operanti a livello regionale (dati Auditel, media aggiornati).	Nr. 8 passaggi spot di circa 30" in <i>prime time al giorno per 15 giorni</i> .
Pubblicazione su primarie testate giornalistiche off line con formati di grandi dimensioni.	almeno nr. 6 pubblicazioni
L'utilizzo di affissioni pubblicitarie nelle città più importanti nel target geografico della campagna. Con le seguenti dimensioni: <ul style="list-style-type: none"> • nr. 32 Poster 6x3 m • nr. 400 manifesti 200x150 cm 	Capoluogo di Provincia per 15 giorni posizionati in punti strategici, tra cui strade ad alta intensità di traffico e di massima visibilità o mezzi di trasporto.
Sono da considerare inserzioni sui principali Social network e google Ads. l'Operatore economico dovrà avvalersi di un <i>Social Media Manager</i> .	3 Social network attraverso inserzioni con il raggiungimento di: <ul style="list-style-type: none"> • visualizzazioni di annunci: complessivamente almeno 2 milioni. • Persone da raggiungere: complessivamente almeno 500mila. • Clic: complessivamente almeno 100mila.

Sono da considerare 10 tra le primarie testate informative Web regionali (con allegati giustificativi per la classificazione).	30 giorni di presenza su ciascuna <i>Home page</i> per ciascuna testata.
Materiale informativo (opuscoli).	Nr. 10.000 copie da distribuire in occasione dei meeting e presso le sedi Asl.