



Rimini, 03 maggio 2017

A tutte le imprese invitate

DESCRIZIONE DEI SERVIZI DA PREVEDERE NELL'AMBITO DELL'OFFERTA PER "L'AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI PIANIFICAZIONE, PRENOTAZIONE E GESTIONE DI TEMPI PUBBLICITARI PER UNA CAMPAGNA RADIO MERCATO ITALIA DEDICATA ALLE CITTA' E ALLE LOCALITA' BALNEARI DELLA RIVIERA ROMAGNOLA".

Descrizione progetto e obiettivi

Le aziende che risponderanno all'invito dovranno proporre un'offerta per la pianificazione pubblicitaria che segue e, nell'eventualità dell'aggiudicazione, acquistare, prenotare e gestire i tempi pubblicitari.

L'acquisto dovrà avvenire con la forma del mandato senza rappresentanza.

Mezzo	Formato	Numero uscite / passaggi	Data / periodo uscita
Radio DeeJay	spot radio 30''	almeno 70 (Esempio pianificazione: 5 al dì, 14 gg. attivi, 2 settimane lun. - dom., fascia 6 - 24)	da definire fra fine Maggio e Giugno 2017
Radio DeeJay	Ultrapromotion + Billboard 5'' durante la trasmissione DJ Chiama Italia	almeno 12 Ultrapromotion + 12 billboard (Es.: 2 sett. lun. - ven. + dom.)	da definire fra fine Maggio e Giugno 2017
Radio 105	spot radio 30''	almeno 84 (Es.: 6 al dì, 14 gg. attivi, 2 sett. dom. - sab., fascia 6 - 24)	da definire fra fine Maggio e Giugno 2017
RDS (Radio Dimensione Suono)	spot radio 30''	almeno 49 (Es.: 7 al dì, 7 gg. attivi, 1 settimana lun. - dom., fascia 6 - 24)	da definire fra fine Maggio e Giugno 2017
Radio Bruno intera rete Emilia Romagna	spot radio 30''	almeno 84 (Es.: 6 al dì, 14 gg. attivi, 2 settimane dom. - sab., fascia 6 - 24)	da definire fra fine Maggio e Giugno 2017

Strategia e pianificazione

Gli operatori economici concorrenti dovranno presentare un documento strategico con:

- pre valutazione del piano;
- scenario acquisto mezzi, opportunità di acquisto dei tempi media;
- proposta di calendario.

Gestione

In caso di aggiudicazione, l'operatore economico aggiudicatario dovrà:

- procedere alla prenotazione dei tempi pubblicitari;
- compilare e inviare ad Apt Servizi le schede con le specifiche tecniche per la realizzazione e la consegna ai media dei diversi avvisi;
- ottimizzare in maniera continuativa il calendario;
- tenere e aggiornare un conto economico dettagliato della campagna;
- post analizzare i risultati di comunicazione della campagna;
- raccogliere e fornire ad Apt Servizi i giustificativi (punti ora da fornire prima dell'avvio della campagna e registrazione in formato mp3 di un adeguato numero di passaggi);
- controllare qualitativamente e quantitativamente la campagna;
- attivare eventuali contestazioni nei confronti di editori / concessionarie di pubblicità;
- assistere Apt Servizi nel disbrigo delle pratiche con l'AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni) in occasione di appuntamenti elettorali.

Apt Servizi potrà chiedere al centro media aggiudicatario di sospendere, ridurre, modificare e cancellare prenotazioni di tempi e spazi pubblicitari sui media, entro la scadenza dei termini previsti dagli accordi.