COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA CITTA'

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2013-162.0.0.-84

L'anno 2013 il giorno 13 del mese di Novembre il sottoscritto Torre Cesare in qualita' di dirigente di Direzione Comunicazione e Promozione della Citta', ha adottato la Determinazione Dirigenziale di seguito riportata.

OGGETTO: IMPEGNO DI SPESA FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI PROMOZIONE PER L'INIZIATIVA "WEEKEND A GENOVA" (SECONDA TRANCHE).

Adottata il 13/11/2013
Esecutiva dal 02/12/2013

13/11/2013	TORRE CESARE

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

COMUNE DI GENOVA

DIREZIONE COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELLA CITTA'

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2013-162.0.0.-84

OGGETTO: IMPEGNO DI SPESA FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI PROMOZIONE PER L'INIZIATIVA "WEEKEND A GENOVA" (SECONDA TRANCHE).

IL DIRIGENTE RESPONSABILE

Visto l'art. 107 del D.Lgs. 267/2000;

Premesso che:

- la crisi economica contemporanea e il livello critico della competitività territoriale hanno determinato la necessità di individuare nuove strategie di promozione e comunicazione interne ed esterne alla città per consolidare le relazioni e rielaborare l'immagine complessiva della città, che tenga conto dei nuovi asset urbani (la multiculturalità, l'innovazione imprenditoriale, lo "spirito Smart City").
- il marketing territoriale si pone quindi il preciso obiettivo di definire e guidare il rilancio e lo sviluppo dei comprensori territoriali, in funzione delle specifiche caratteristiche ed esigenze, producendo la più stretta simbiosi tra i potenziali ed i mercati e contribuendo con ciò al riposizionamento delle città nello scenario internazionale dopo la crisi globale, aumentandone la visibilità e la dimensione comunicativa allo scopo di un rilancio anche dell'economia locale;

Evidenziato che il nuovo ruolo che gli Enti locali sono chiamati ad interpretare, nel processo di definizione delle strategie territoriali, consiste nell'affiancare i soggetti privati locali, dalle associazioni di categoria al mondo imprenditoriale in generale, nella promozione del territorio assumendo un ruolo di raccordo nel rappresentare le opportunità che il contesto istituzionale, imprenditoriale, sociale ed economico offre a potenziali iniziative;

Tenuto conto che:

- Comune di Genova è fortemente impegnato nell'impostazione di una strategia di marketing territoriale legata alla valorizzazione del patrimonio storico, artistico-culturale, all'enogastronomia, nonché a promuovere e qualificare l'offerta turistica diversificata e sviluppare il turismo culturale, ambientale e del gusto;

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

- la Civica Amministrazione, unitamente a diversi soggetti operanti sul territorio ha elaborato un piano di promo-commercializzazione dell'offerta turistica sia al consumer sia al trade, attraverso un uso integrato di tutti gli strumenti di comunicazione di marketing disponibili, a seconda della specificità dei singoli mercati e del livello di priorità;
- l'obiettivo punta ad una crescita delle presenze straniere e ad un sostanziale mantenimento delle presenze italiane;

Rilevato che:
- diversi albergatori cittadini si sono resi disponibili a creare "pacchetti turistici" che saranno posti in vendita a tariffe speciali particolarmente vantaggiose, per cinque week-end nel periodo di bassa stagione compreso tra Novembre a Marzo;
- i pacchetti divisi nelle sezioni "pacchetto famiglia" e "pacchetto cultura" saranno composti dalla parte alberghiera e da altri servizi come tour guidati, escursioni, visita all'Acquario visite nei musei;

Ritenuto di dare la più ampia visibilità alle proposte ideate per i cinque weekend a Genova, mediante una campagna di promozione che comprenda mezzi diversi, in grado di raggiungere il maggior numero di persone;

Ritenuto, per quanto sopra espresso, di avvalersi delle Società Lastminute.com ed A.Manzoni & C. Spa, per realizzare una campagna promozionale che nel consentire un risparmio di tempo, e di risorse raggiunge l'obiettivo prefissato;

Accertato che il pagamento conseguente al presente provvedimento è compatibile con il relativo stanziamento del bilancio e con le regole di finanza pubblica;

Visto l'ordine di servizio n° 7 del 5.06.2008 della U.O. Affari Generali;

Visti:
- gli artt. 3 e 6 della Delibera C.C. n°26/2008 avente ad oggetto "Approvazione regolamento per le acquisizioni in economia di beni e servizi del Comune di Genova";
- l'art. 183 - comma 3 del D.Lgs. 267/2000;
- gli artt. 42 - comma 4 - 46 del vigente Regolamento di Contabilità;
- gli artt. 77 e 80 dello Statuto del Comune di Genova;

IL DIRIGENTE
DETERMINA

1) di procedere nella realizzazione della campagna di comunicazione tesa a valorizzare e ad assicurare adeguata visibilità alla promozione "Weekend a Genova";

2) di autorizzare, per le motivazioni di cui in premessa, spese per un importo pari ad € 29.280,00 (oneri fiscali inclusi), così suddivise:

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

a) € 9.760,00 (oneri fiscali inclusi) importo ritenuto congruo a LASTMINUTE.COM (Cod. benf. 53131) (Rif. CIG ZDCOC5A29E), per la proposta di visibilità del Comune di Genova, l'assegnazione viene attuata sulla base dell'art. 57 comma 2 lettera b. del D. Lgs. n.163/2006;
b) € 19.520,00 (oneri fiscali inclusi) importo ritenuto congruo, a A. MANZONI & C. Spa. (Cod. benf 37910) (Rif. CIG Z65OC5A1EB), per proposta di comunicazione gruppo editoriale l'Espresso, l'assegnazione viene attuata sulla base dell'art. 57 comma 2 lettera b del D. Lgs. n.163/2006;

3) di impegnare la somma di € 29.280,00 (oneri fiscali inclusi) al capitolo 1377 cdc 3950 "Servizi di promozione della città " del Bilancio 2013 PdC U 1.03.03.02.999 - Cod. SIOPE 1308 - Missione /Prg 7, così suddivisa:

a) € 9.760,00 (oneri fiscali inclusi) a favore di LastMinute.com srl (**imp.2013.8325**);
b) € 19.520,00 (oneri fiscali inclusi) a favore di A. Manzoni & C. Spa (**imp.2013.8326**);

4) di demandare alla scrivente Direzione, la liquidazione delle spese mediante emissione di ri-chiesta di mandato Mod. M1/Rag.;

5) di dare atto che la spesa di cui al presente provvedimento non rientra tra le tipologie di cui ai limiti della Legge n. 122/2010 in quanto è da considerarsi a tutti gli effetti relativa ad azioni di marketing per la promozione turistica e della città finalizzate allo sviluppo economico e pertanto non soggetta ai vincoli imposti dal Decreto 78, convertito in legge 122/2010, in quanto tipologie di spese non contemplate dalla manovra stessa;

6) di dare atto che l'impegno è stato assunto ai sensi art. 183 c.1 D.Lgs 267/2000.

Il Direttore
Direzione Comunicazione e Promozione della Città

dott. Cesare Torre

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

COMUNE DI GENOVA

ALLEGATO ALLA DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE N. 2013-162.0.0.-84
AD OGGETTO
IMPEGNO DI SPESA FINALIZZATO ALLA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA DI PROMOZIONE PER L'INIZIATIVA "WEEKEND A GENOVA" (SECONDA TRANCHE).

Ai sensi e per gli effetti dell'art. 151 comma 4 del D.Lgs. 267/2000 si appone visto di regolarità contabile attestante la copertura finanziaria, nei limiti di cui alla Circolare F.L. 25/97 del Ministero dell'Interno.

Sottoscritto digitalmente dal
Responsabile del Servizio Finanziario
Dott. Giovanni Librici

Sottoscritto digitalmente dal Dirigente Responsabile

Ref. 37910

A. MANZONI & C. S.p.A. Filiale di Genova
Via XX Settembre, 41 **Tel.** 010/53.73.11 **Fax** 010/570.1743

Genova, 7 novembre 2013

COMUNE DI GENOVA
DIREZIONE COMUNICAZIONE
E PROMOZIONE DELLA CITTA'
12 NOV 2013
Prot. n° PG/2013/366639

Spett.le
Comune di Genova
Via Garibaldi 9
19124 Genova

C.a. Dott.ssa Marisa Gardella

OGGETTO: Proposta di comunicazione gruppo editoriale l'Espresso

Stampa

La Repubblica
Testata: RViaggi (Diffusione g.m. 413.808, lettori n. 2.835.000, Audipress2013.2)
Posizione: Domination
Formato: 2 Finestrelle (mm b88xh90) + Manchette (mm b55xh33)
N. uscite: 5
Investimento totale: € 16.000+Iva 82% (3520) = 19.520,00

Testata: La Repubblica
Formato: Junior Page (mm b182xh251) a colore
Uscita: 13 novembre
Investimento totale: € 12.000+Iva

Testata: Il Tempo di Roma
Edizione: regionale
Formato: 2 pagine redazionali +
1 Junior page istituzionale prima dell'uscita
Investimento totale: € 4.000+Iva

Testata: Tutto Milano
Edizione: Milano, Pavia, Lodi; Monza e Brianza
Progetto: Un weekend a Genova
Formato: Pagina (copertina) +
testi redazionali n° 4 mezze pagine
Uscita: 1 (data da definire)
Investimento totale: € 3.500+Iva

Se aderite all'intera offerta stampa ulteriore sconto del 20% pari a € 28.400+Iva

A. MANZONI & C. S.p.A. Filiale di Genova
Via XX Settembre, 41 **Tel.** 010/53.73.11 **Fax** 010/570.1743

Web

Ipotesi A)
Testata: Repubblica.it
Area Tematica: R Viaggi "Repubblica Viaggi+ Repubblica Meteo+ Repubblica Annunci+ Kataweb Meteo+ Kataweb Mappe+ National Geographic - National Geotv"
Geotargetizzato: Lombardia 50% + Lazio + Liguria + Emilia + Toscana + Piemonte + Campania + Sicilia + Puglia
Impression totali: 3.612.800
Formato: Leaderboard
Permanenza: 2 settimane

Investimento totale: € 11.650+Iva

Ipotesi B)
Testata: Repubblica.it
Area Tematica: R Viaggi "Repubblica Viaggi+ Repubblica Meteo+ Repubblica Annunci+ Kataweb Meteo+ Kataweb Mappe+ National Geographic - National Geotv"
Geotargetizzato: Lombardia 50% + Lazio + Liguria + Emilia + Toscana + Piemonte + Campania + Sicilia + Puglia
Impression totali: 7.225.600
Formato: Leaderboard
Permanenza: 4 settimane

Investimento totale: € 19.000+Iva

I costi sopra riportati si intendono al **netto** dei costi di agenzia, Iva e spese materiali.

Berf. 53131

COMUNE DI GENOVA
DIREZIONE COMUNICAZIONE
E PROMOZIONE DELLA CITTA'
12 NOV 2013
Prot. n° PG 1 2013 365046

via Lancetti, 43 - 20158 Milano
telefono +39 02 6719191
fax +39 02 67191950
email informazioni@lastminute.com

lastminute.com

Att.ne sig.ra Marisa Gardella

Spett.le Direzione Comunicazione e Promozione della Città
Ufficio Comunicazione
Via Garibaldi, 9 Palazzo Galliera, 2° piano
16124 Genova

Proposta visibilità Comune di Genova – Nov-Dicembre 2013

tipologia	sezioni	formati	Calendario	Duarata	CPM rate card	Sconto %	CPM Net	Impressions	Total Net (IVA esclusa)	Bacino	Pressione
Skin	Take over main Home page	300x250, 468x60, 620x60, 728x90, skin cliccabile	26-27 Novembre	2 gg	€ 12,000	75%	€ 3,000	350,000	€ 3,000	350,000	100%
Display a rotazione	Home page	300x250	11-24 nov/1 dic	2/3 weeks	€ 30	77%	€ 7.0	150,000	€ 1,053	600,000	25%
	Home page	728x90	11-24 nov/1 dic	2/3 weeks	€ 25	100%	€ -	40,000	omaggio	600,000	7%
	Waiting page Hotel	300x250	11-24 nov/1 dic	2/3 weeks	€ 30	77%	€ 7.0	50,000	€ 351	160,000	31%
	Pagine: Hotel, Voli	300x250	11-24 nov/1 dic	2/3 weeks	€ 30	77%	€ 7.0	112,900	€ 793	380,000	30%
	Pagine: Hotel, Voli	728x90	11-24 nov/1 dic	2/3 weeks	€ 25	84%	€ 4.0	210,000	€ 845	700,000	30%
	Pagine: Hotel, Voli	160x600	11-24 nov/1 dic	2/3 weeks	€ 25	76%	€ 6.0	219,900	€ 1,308	700,000	31%
Boxini fissi	Main home page	Partnerbox 90x90+text	11-17 nov	1 week	€ 10	85%	€ 1.5	300,000	€ 450	300,000	100%
	Voli Home page	Sponsorbox 218x96+text	18-24 nov	1 week	€ 10	80%	€ 2.00	100,000	€ 200	100,000	100%
	Hotel Home page	Promobox 90x90+text	18-24 nov	1 week	€ 10	100%	€ -	110,000	omaggio	110,000	100%
	Home page e pagina Hotel, Voli, lastsecond	Text link	11-24 nov	3 weeks	€ 10	100%	€ -	2,000,000	omaggio	1,700,000	118%
								3,642,800	€ 8,000		
TOTALE CAMPAGNA IVA ESCLUSA								3,642,800	€ 8,000		
								con IVA	€ 9,760		

Importo totala campagna: 9.760€ IVA INCLUSA