



Serv. Determinazioni Dirigenziali
Trasmessa: S.E. H. IX
Reg. A Pbro.
il 07.03.2012

Il Resp. del servizio
L'Istruttore Direttivo
(Dott.ssa Isabella Mazzulli)
G. Giuricich

CITTÀ DI RAGUSA

SETTORE IX

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE

Anotata al Registro Generale In data 02.03.2012 N. 352	OGGETTO: Piano di comunicazione promozionale del progetto "Archaeotur - Gestione integrata dei siti archeologici a Ragusa e a Malta" nell'ambito del Programma Operativo Italia-Malta 2007-2013
N. 14. Settore IX Data 22/02/2012	

DIMOSTRAZIONE DELLA DISPONIBILITÀ DEI FONDI

BIL. 2012 CAP. 1647.8

IMP. 452/12

FUNZ. 05

SERV. 02

INTERV. 03

IL RAGIONIERE

[Signature]

L'anno duemiladodici, il giorno ventidue del mese di Febbraio nell'ufficio del settore IX, Pianificazione e Sviluppo Economico, il Dirigente, Dott. Santi Di Stefano ha adottato la seguente determinazione:

Premesso che

- il Comune di Ragusa, in partenariato con Kunsil Lokali of Mosta (partner capofila), Heritage Malta, Malta Tourism Authority, Rabat Local Council, Assessorato dei beni culturali ed ambientali e della pubblica istruzione Regione Sicilia – Soprintendenza ai Beni Culturali e Ambientali – Ragusa, Comune di Santa Croce Camerina, Giritravel S.r.l., ha aderito alla presentazione del progetto “Archaeotur - Gestione integrata e promozione dei siti archeologici a Ragusa e a Malta”
- detto progetto è stato ammesso a finanziamento, così come comunicato dall’ADG, Autorità di Gestione, del PO Italia – Malta 2007 – 2013, con nota prot. n. 24595 del 28 dicembre 2010
- con Deliberazione di Giunta Municipale n. 275 del 19.07.2011 è stato preso atto dell’ammissione a finanziamento del progetto in parola

Considerato che nel formulario di candidatura (Application Form) il Comune di Ragusa è il partner responsabile dell’elaborazione e dell’attuazione del Piano Unico di Comunicazione per la promozione di tutte le attività progettuali realizzate dai partner

Considerato inoltre che si è provveduto a elaborare il citato Piano di Comunicazione, allegato al presente atto, e che lo stesso è stato approvato dal Comitato di Pilotaggio del progetto attraverso la procedura scritta di consultazione dei partner di cui all’art. 6 del Regolamento del Comitato di Pilotaggio

Visto il preventivo, prot. N. 15744 del 21.02.2012, allegato alla presente per farne parte integrante e sostanziale, presentato da PubliKompass spa, esclusivista in tutta la Sicilia come concessionaria pubblicitaria per le testate giornalistiche della carta stampata quali Gazzetta del Sud, Giornale di Sicilia e La Sicilia, relativo all’attuazione della sezione “Mass Media” del Piano di Comunicazione di importo pari € 15.408,00 Iva inclusa

Ritenuto che la proposta promozionale offerta nel preventivo di cui sopra appaia congrua e rispondente a quanto delineato nel formulario di candidatura (Application Form) del progetto

Ritenuto di provvedere in merito all'affidamento a Publikompass

Considerato che la materia, oggetto del presente provvedimento, rientra tra le competenze dei Dirigenti, indicate all’art. 47 (compiti dei Dirigenti) dello Statuto Comunale, nonché all’art. 53 del vigente Regolamento di Organizzazione degli uffici e dei servizi al quale si rinvia

Visto il successivo art. 65 del citato Regolamento, in ordine alla forma, pubblicità ed efficacia delle Determinazioni Dirigenziali

DETERMINA

- Approvare il Piano di Comunicazione del progetto Archaeotur, allegato alla presente per farne parte integrante e sostanziale
- Affidare l’incarico a PubliKompass spa per l’attuazione della sezione relativa ai “Mass Media” del Piano di Comunicazione del progetto Archaeotur per un importo pari a € 15.408,00 IVA compresa
- Impegnare l’importo complessivo di € 15.408,00 IVA compresa sul cap 16478 funz 05 serv. 02 int. 03 imp 452/12 Bal 2012

Il Responsabile del Procedimento

Dott.ssa Tiziana Ferrinelli

Perito integrante:

- Piano di comunicazione
- Nota prot. n. 15744 del 21.02.2012 Preventivo di PubliKompass spa,

Il Dirigente del Settore IX

Dott. Santi Di Stefano

Da trasmettersi d'ufficio, oltre che al Sindaco ed al Segretario Generale, ai seguenti settori/uffici:

- Settore III "Gestione servizi contabili e finanziari"

Il Responsabile del Procedimento

*Dott.ssa Tiziana Carrinelli
Annamaria M.*

Il Dirigente del Settore IX

Dott. Santi Di Stefano

Visto
Il Dirigente del I Settore Il Segretario Generale
Ragusa, li

Per presa visione:

Il Capo di Gabinetto Il Sindaco
Ragusa, li

SETTORE SERVIZI CONTABILI E FINANZIARI

Visto per la regolarità contabile attestante la copertura finanziaria ai sensi dell'art.151, 4° comma, del TUEL.

Ragusa 2/6/2012

IL RESPONSABILE DI RAGIONERIA

Il sottoscritto Messo comunale attesta di avere pubblicato in data odierna, all'Albo Pretorio, per la durata di giorni sette, copia della stessa determinazione dirigenziale, e di averne trasmesso copia al Segretario Generale.

Ragusa 06 MAR. 2012

IL MESSO COMUNALE
IL MESSO NOTIFICATORE
(Licitra Giovanni)

Il sottoscritto Messo comunale attesta il compimento del suindicato periodo di pubblicazione e cioè dal 06 MAR. 2012 al 13 MAR. 2012

Ragusa 14 MAR. 2012

IL MESSO COMUNALE

PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO ARCHAEO TUR

PARTNER RESPONSABILE COMUNE DI RAGUSA

Obiettivi del Piano di Comunicazione e Strategia della Comunicazione

Il progetto "Archaeotur - Gestione integrata dei siti archeologici a Ragusa e a Malta" intende realizzare azioni finalizzate al recupero, valorizzazione e promozione del patrimonio archeologico transfrontaliero attraverso la realizzazioni di indagini documentali e ambientali per valutare la sostenibilità dei siti, l'attuazione di azioni territoriali che prevedono interventi di recupero, accessibilità e impiantistica, per garantire la fruizione dei siti, la valorizzazione del patrimonio culturale attraverso l'allestimento dei siti con supporti tecnologici in grado di migliorarne la fruizione e incrementarne l'attrattività turistica, lo sviluppo in modo congiunto di un modello di gestione come strumento di pianificazione strategica e promozione del circuito turistico Ragusa-Malta.

Esaminate le azioni progettuali si è ritenuto di elaborare il presente Piano di Comunicazione del progetto Archaeotur con l'obiettivo di diffondere il progetto e favorire il consolidamento di tutti i processi partenariali che si intendono mettere in moto con la realizzazione del progetto stesso all'interno dei contesti di riferimento. Esso mira pertanto ad evidenziare le tematiche affrontate con l'attuazione delle attività progettuali e con gli interventi realizzati promuovendo l'impatto da essi prodotto.

Nello specifico, le azioni di comunicazione, valorizzazione e diffusione sono volte a garantire la visibilità del progetto, a promuoverne gli obiettivi, le attività, i risultati ed i prodotti tramite la più larga diffusione possibile di informazioni, favorendo la trasparenza ed il flusso di informazioni all'interno del partenariato e tra gli attori direttamente o indirettamente coinvolti.

Le azioni di comunicazione forniscono indicazioni sullo stato di avanzamento delle attività, valorizzano il progetto ed i risultati da esso raggiunti e promuovono un maggiore coinvolgimento dei beneficiari diretti e indiretti. Al fine di raggiungere tali obiettivi, la strategia di comunicazione e di disseminazione assicurerà una diffusione su larga scala delle attività progettuali e dei risultati ottenuti.

Una forte azione di divulgazione del progetto e dei siti oggetto del progetto è rappresentata dalla scelta del partenariato di partecipare alla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum.

Canali di comunicazione e destinatari

Data la peculiarità del progetto, si è valutata l'opportunità di concentrare le azioni di comunicazione utilizzando la stampa locale, regionale e maltese e la diffusione web prioritariamente quali canali che meglio riescono ad intercettare i portatori di interesse delle azioni del progetto.

Nonostante nell'Application Form fosse stato indicato che tra le attività di comunicazione si sarebbero realizzati alcuni passaggi radiotelevisi, tenuto conto del budget limitato ed analizzato il target di riferimento del progetto si è ritenuto concentrare le risorse economiche utilizzando quale canale di comunicazione la stampa locale, regionale e maltese, e pertanto le attività di comunicazione saranno sviluppate mediante:

- a) attività pubbliredazionale su stampa locale, regionale e maltese, e sul web
- b) conferenze stampa
- c) pubblicazioni su riviste specializzate nel settore "Viaggi" per la promozione del circuito turistico che il progetto realizzerà.

I destinatari delle azioni di comunicazione sono gli operatori culturali e turistici del pubblico e del privato, organizzazioni della cultura e del turismo, associazioni, gruppi archeologici, università, scuole, organi di informazione, agenzie viaggi, tour operator, agenzie di promozione turistica.

Obblighi di Informazione, Pubblicità e Comunicazione a carico di ciascun partner

Tutti i partner del progetto hanno l'obbligo di informare il pubblico circa la sovvenzione ottenuta dai fondi. Il mancato rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità comporta il disimpegno dei fondi da parte della Commissione Europea e il conseguente addebito al partner delle spese sostenute per la realizzazione del progetto.

Tutti gli interventi realizzati e gli strumenti di informazione e comunicazione utilizzati devono essere conformi alle disposizioni previste dal Regolamento (CE) 1828/2006 e dal Regolamento (CE) 846/2009.

Per attività di Informazione si intende l'attività realizzata dai partner, finalizzata a rendere conto ai cittadini e al pubblico in generale dell'utilizzo dei fondi ricevuti dall'Unione Europea.

Per attività di Pubblicità si intende la forma di comunicazione riconducibile all'attività di trasparenza dei partner che garantisce ai cittadini la possibilità di accedere nel modo migliore possibile ai servizi e alle opportunità offerte dal progetto.

Per attività di Comunicazione si intende l'attività realizzata dai partner finalizzata a dare visibilità al progetto finanziato e a valorizzare il ruolo svolto dall'Unione Europea nel raggiungimento dei risultati previsti.

Tutti gli interventi informativi e pubblicitari prodotti dai partners, quale ad esempio pubblicazioni, pieghevoli, materiali informativi, poster, materiale audio-visivo, sito internet ecc. dovranno includere i seguenti elementi, in linea con l'art. 9 del Regolamento (CE) 1828/2006:

- a) Il logo dell'Unione Europea
- b) L'indicazione relativa al fondo e al cofinanziamento (ad es. Progetto co-finanziato dall'Unione Europea– Fondo Europeo di Sviluppo Regionale)
- c) Il logo del Programma Operativo Italia-Malta 2007-2013



- d) Il flag della Regione Siciliana e della Repubblica di Malta
- e) Lo slogan, adeguato al target di riferimento, che evidensi il valore aggiunto dell'intervento comunitario. L'utilizzo dei differenti slogan va utilizzato secondo le seguenti modalità:
 - *"Investiamo nel vostro futuro"*: da utilizzare per gli interventi destinati ai beneficiari potenziali;
 - *"Italia-Malta: un mare di opportunità per il futuro"*: da utilizzare per gli interventi destinati alle parti economiche e sociali, al pubblico appartenente all'area del programma, alle altre autorità coinvolte;
 - *"Italia-Malta: L'Unione Europea vicina al Mediterraneo"*: da utilizzare per gli interventi destinati a istituti educativi, alla Commissione Europea, agli operatori dell'informazione.

Il logo dell'Unione Europea, del Programma Operativo e lo slogan non dovranno subire alcuna modifica nella riproduzione. In particolare, è fatto divieto di:

- Separare la parte testuale dall'emblema;
- Distorcere o ruotare il logo;
- Usare combinazioni cromatiche differenti;
- Usare un carattere differente;
- Alterare le proporzioni del logo e dei suoi elementi grafici;
- Aggiungere differenti scritte o modificare il testo all'interno dell'area del logo;
- Mostrare solo una parte del logo, comprendendo con altri elementi.

Nel caso di materiali di ridotte dimensioni, quali ad esempio penne USB, matite, etichette ecc., è sufficiente che questi contengano il logo dell'Unione Europea e il logo del Programma.

Si precisa che nel caso di documentazione ad uso del partenariato di progetto e/o avente rilevanza interna per un partner (ad es. corrispondenza tra i partner, tra il capofila e l'Autorità di Gestione, pubblicazione di bandi/avvisi ecc.) è sufficiente l'utilizzo della carta intestata dell'ente e l'apposizione dei loghi dell'Unione Europea e del Programma Operativo.

Nel caso in cui il contributo pubblico complessivo del progetto superi l'ammontare complessivo di € 500.000,00 e lo stesso consista nell'acquisto di un oggetto fisico, nel finanziamento di un'infrastruttura o di interventi costruttivi, ciascun partner, durante l'attuazione del progetto, dovrà installare un cartello nel luogo di svolgimento dello stesso. Entro sei mesi dal completamento del progetto il cartello verrà rimosso e sostituito da una targa esplicativa permanente, visibile e di dimensioni significative. Il cartello e la targa dovranno contenere tutti gli elementi elencati nei punti dalla lettera a) alla lettera d) e, ai sensi del Regolamento (CE) 846/2009, tali informazioni dovranno costituire almeno il 25% della targa/cartello.



Ciascun partner dovrà collaborare con il PP5 Comune di Ragusa per tutte le attività di coordinamento con l'AdG e con l' STC per ciò che attiene agli adempimenti in tema di informazione e pubblicità, a livello di programma operativo supportando il Comune di Ragusa nella stesura della newsletter periodica del PO Italia-Malta 2007-2013, per la parte relativa ai progetti, a fornire news rilevanti da pubblicare sul sito www.italiamalta.eu e ad integrare la sezione del sito relativa al proprio progetto.

Ciascun partner dovrà collaborare con il Comune di Ragusa tutte le volte che il progetto ricorrerà ad una esposizione mediatica presso giornali, riviste, TV ecc al fine di consentire al Comune di Ragusa di interfacciarsi con l'ADG del programma, e di condividere con quest'ultima i contenuti e gli eventuali riferimenti a rappresentanti dell'Amministrazione Regionale Siciliana o della Repubblica di Malta.

Ciascun partner dovrà raccogliere tutto il materiale informativo-divulgativo utilizzato nell'espletamento dell'attività di comunicazione delle attività progettuali avendo cura di trasmetterlo al PP5 Comune di Ragusa.

Le azioni del Piano di Comunicazione

Le azioni di informazione e pubblicità, che nella logica operativa si traducono in strumenti di attuazione del Piano di Comunicazione, sono state individuate tenendo presente la strategia di comunicazione rispetto a diversi fattori, quali il target di riferimento (gruppi di destinatari), gli obiettivi e risultati da raggiungere, i costi e i tempi di realizzazione. Gli strumenti di comunicazione utilizzati sono riportati di seguito:

- **Eventi** (convegni, incontri seminari e workshop) ovvero iniziative di promozione del progetto sul territorio maltese e sul territorio della Provincia di Ragusa quali eventi di lancio e chiusura del progetto, workshop e incontri operativi, la partecipazione alla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum, l'inaugurazione dei totem multimediali ecc.
- **Sito internet** dedicato al progetto Archaeotur, il cui link sarà pubblicato sui siti istituzionali dei partner oltre che su altri portali opportunamente scelti. Il sito conterrà la descrizione del progetto e le notizie sullo stato di avanzamento delle azioni progettuali garantendo un rapporto interattivo con l'utente
- **Materiale informativo - promozionale** (brochure, pubblicazioni, calendario 2013 ecc.) realizzato al fine di diffondere il progetto ed i risultati attesi e raggiunti. Alcune copie del mensile "Sicilia in Viaggio" contenente un "Reportage" – Speciale Archaeotur, come di seguito specificato, sarà distribuito in occasione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum e agli stakeholders del territorio maltese. In occasione della Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum sarà distribuito tutto il materiale promo – pubblicitario relativo al progetto, nello specifico sarà distribuito il Calendario 2013 prodotto dal partner Malta Tourism Authority.



- Mass Media prevedendo una comunicazione indirizzata al grande pubblico, con la realizzazione di una campagna pubblicitaria attraverso la produzione e diffusione, sul web e sulla stampa locale, regionale e maltese per la promozione delle attività progettuali in tutte le fasi.

Saranno garantiti comunicati stampa a carattere istituzionale, e conferenze stampa durante gli eventi di maggiore rilievo.

Nell'ambito delle attività di comunicazione si effettueranno due editoriali curati da giornalisti italiani che si recheranno a visitare il circuito archeologico maltese e da giornalisti maltesi che si recheranno a visitare il circuito archeologico italiano per ottenere un prodotto giornalistico sul progetto.

Inoltre si procederà all'acquisto della seguente campagna di comunicazione e pubblicità dall'operatore esclusivista in tutta la Sicilia come concessionaria pubblicitaria per le testate giornalistiche della carta stampata quali Gazzetta del Sud, Giornale di Sicilia e La Sicilia, per quest'ultima testata l'operatore garantisce inoltre la diffusione anche sul territorio maltese:

A) www.lasicilia.it

Banner Pubblicitario sul sito de "La Sicilia" con link di collegamento al sito del progetto Archaeotur

Periodo: 8 mesi - da definire dettaglio mesi di pubblicazione con il 25% di copertura

B) [LA SICILIA - Mensile Nazionale – Sicilia In Viaggio](#)

N. 1 Pubblicazione "Reportage" - Speciale Archeotur: Servizio Giornalistico interamente dedicato al progetto e ai siti archeologici di interesse a Ragusa e a Malta. (da Programmare almeno 2 mesi prima del giorno di pubblicazione) sul mensile regionale interamente dedicato al mondo del turismo, dei viaggi delle feste e del folklore. Annessa al servizio anche una pagina intera pubblicitaria.

C) [LA SICILIA – Edizione di Ragusa ed Edizione di Malta](#)

Pagina Intera Pubblicitaria (Dimensioni: B mm 320 x H 451,50)
Data di Pubblicazione - da definire -

D) [LA SICILIA – Edizione di Ragusa ed Edizione di Malta](#)

Numero 48 Moduli (Dimensioni circa mm 50 x 20) da utilizzare aggregati o scissi fino a consumo del totale da utilizzare come locandine o spazi pubblicitari

D) [GIORNALE DI SICILIA Edizione di Ragusa + GAZZETTA DEL SUD - Edizione di Ragusa](#)

N. 12 Moduli su GDS e N. 12 Moduli sulla Gazzetta del Sud - a colore (Dimensioni circa mm50 x 20) da utilizzare come locandine o spazi pubblicitari:
Da utilizzare aggregati o scissi e fino a consumo del totale

E) [LA SICILIA –Edizione Regionale - Guida In Sicily 2013](#)

N. 1 pagina (Dimensioni B mm 130 x H mm 210) sulla Guida Turistica, con foliazione di minimo 220 pagine, interamente dedicata alle peculiarità del territorio siciliano dal punto di vista storico, naturalistico, architettonico, culturale, archeologico.

Costo per l'attuazione del piano di comunicazione

L'importo destinato all'attuazione delle attività di comunicazione, come sopra descritte, è pari ad € 15.408,00 Iva inclusa.

Monitoraggio degli interventi informativi e pubblicitari:

Ciascun partner ha l'obbligo di svolgere una costante attività di monitoraggio delle attività previste nel Piano di Comunicazione e di archiviazione dei prodotti per la realizzazione di una completa rassegna stampa che dovrà essere trasmessa periodicamente al PP5 Comune di Ragusa.

L'efficacia delle attività di comunicazione sarà misurata attraverso una valutazione di output fisici delle attività mediante l'analisi dei seguenti indicatori:

- N. di eventi di pubblico interesse (seminari, incontri e workshop, convegni di informazione);
- N. di partecipanti ad eventi, da registrare in un foglio di presenze;
- N. di contatti e mailing list dei gruppi di destinatari individuati;
- N. di passaggi presso i media locali e nazionali delle attività svolte;
- N. di newsletter del progetto;
- N. di materiale cartaceo (brochure, calendari, locandine, biglietti invito,ecc.) e multimediali (Cd-rom, DVD);
- N. gadget e materiale promozionale;
- N. di scambi di esperienze con altri progetti;
- N. di reti e partenariati con altri istituzioni;
- N. di pubblicazioni relative al progetto e ai risultati ottenuti.

Per la realizzazione dell'attività di monitoraggio ciascun partner dovrà pertanto avere cura di registrare i suddetti dati relativi ai principali indicatori di realizzazione e di risultato del presente Piano di Comunicazione, da trasmettere al PP5 Comune di Ragusa.

A handwritten signature consisting of a stylized 'V' shape followed by a loop and a horizontal line.

Allegato al Piano di Comunicazione del progetto Archaeotur

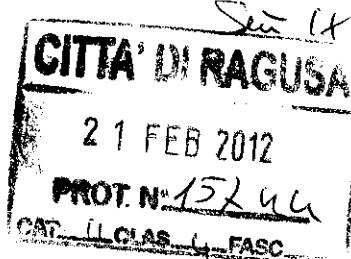
Strumenti di Comunicazione del Progetto Archaeotur	Partner Responsabile	Costi
Organizzazione evento iniziale a Mosta	Comune Di Mosta	€ 1.500,00
Organizzazione evento finale a Mosta	Comune Di Mosta	€ 8.900,00
Organizzazione workshop a Mosta	Comune Di Mosta	€ 1.000,00
Realizzazione e stampa Archaeotur Maps (10.000 copie) e CD Rom (10.000) bilingue	Comune Di Mosta	€ 14.200,00
Diffusione a mezzo stampa dei risultati progetto (articoli in riviste e radio)	Comune Di Mosta	€ 3.500,00
Organizzazione partecipazione evento Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum	Malta Tourism Authority	€ 10.000,00
Sviluppo Video DVD dei siti (20 minuti) e relativa Documetazione 3D	Malta Tourism Authority	€ 35.000,00
Sviluppo e stampa n. 4 pannelli per Fiera Paestum	Malta Tourism Authority	€ 8.000,00
Sviluppo e stampa di calendari 2013 da distribuire alla Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum	Malta Tourism Authority	€ 7.000,00
Organizzazione workshop a Rabat	Comune di Rabat	€ 3.000,00
Realizzazione n. 8 Pannelli di segnaletica stradale e di descrizione per i siti di Cava Celone Cisternazza e Donnafugata	Comune di Ragusa	€ 8.000,00
Organizzazione workshop a Ragusa	Comune di Ragusa	€ 1.000,00
Realizzazione del Piano di Comunicazione del Progetto e monitoraggio attività previste nel Piano	Comune di Ragusa	€ 15.408,00
Organizzazione evento finale a Ragusa	Comune di Ragusa	€ 6.000,00
Stampa e sviluppo info di due tipologie di depliant (8 facciate) formato 15X20 una dedicata al progetto (4.700 copie) ed una tipologia dedicata ai siti oggetto del progetto (45.300 copie cartacee)	Comune di Ragusa	€ 3.000,00
Layout e Realizzazione di una pubblicazione scientifica sui lavori di recupero dei siti archeologici	Soprintendenza ai BB.CC. Ragusa	€ 8.650,00
Realizzazione di pannelli informativi per i siti archeologici di Santa Croce Camerina	Comune di Santa Croce Camerina	€ 2.400,00
Organizzazione workshop per coinvolgimento stakeholder a Santa Croce	Comune di Santa Croce Camerina	€ 1.000,00
Realizzazione e stampa book fotografico Heritage Trail 800 copie bilingue	Comune di Santa Croce Camerina	€ 6.000,00
Realizzazione sito web del progetto e ideazione logo del progetto	Giritravel s.r.l.	€ 9.000,00

Il Responsabile del progetto
Dr Santi Di Stefano

Prot. n. N. 216/12/spec.

Ragusa, 20 Febbraio 2012

MR/az



Spett.le
COMUNE DI RAGUSA

Alla c.a. DR. SANTI DISTEFANO

Oggetto: PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO ARCHEOTUR – PO ITALIA MALTA 2007 - 2013

In seguito della vs. richiesta di preventivo (prot. N. 15167), formuliamo di seguito ns. migliore proposta per quanto in oggetto ed in base al budget da voi indicato:

A) www.lasicilia.it

Banner Pubblicitario sul sito de La Sicilia con link di collegamento al vostro sito:

Periodo: 8 mesi – da definire dettaglio mesi di pubblicazione con il 25% di copertura

B) LA SICILIA – MENSILE NAZIONALE – SICILIA IN VIAGGIO

Mensile regionale interamente dedicato al mondo del turismo, dei viaggi delle feste e del folklore "Reportage" - Speciale Archeotur: Servizio Giornalistico interamente dedicato al progetto e ai siti archeologici di interesse Ragusa - Malta. Annessa al servizio anche una pagina intera pubblicitaria. Testi e foto a vs. carico.

N. Pubblicazioni: 1 *da Programmare almeno 2 mesi prima del giorno di pubblicazione

N. 200 Copie di Sicilia In Viaggio a vs. disposizione

C) LA SICILIA – RAGUSA E MALTA

Spazio: Pagina Intera Pubblicitaria -

Dimensioni: b. mm 320 x H. 451 ,50

Date di Pubblicazione – da definire –

+

Numero 48 Moduli da utilizzare come locandine o spazi pubblicitari – colore -
Formati a scelta [vedi griglia allegata] e fino a consumo del totale acquistato

D) GIORNALE DI SICILIA ED RAGUSA + GAZZETTA DEL SUD – ED RAGUSA

Numero Moduli da utilizzare come locandine o spazi pubblicitari:

n. 24 Moduli – colore - 12 Moduli su GDS + 12 Moduli su Gazzetta del Sud

Formati a scelta [vedi griglia allegata] e fino a consumo del totale acquistato

E) LA SICILIA – ED REGIONALE - Guida In Sicily 2013

Guida Turistica, con foliazione di minimo 220 pagine, interamente dedicata alle peculiarità del territorio siciliano dal punto di vista storico, naturalistico, architettonico, culturale, archeologico.
Spazio: Pagina intera

Dimensioni: b. mm 130 x H. mm 210

COSTO A PACCHETTO (A +B+C+D+E) A VOI RISERVATO: € 15.408 iva e spese incluse

Pagina 1 di 2 segue ./

publikompass spa

./. segue pagina 2 di 2

Vi precisiamo che per poter procedere alla prenotazione, occorre che ci inviate approvazione del presente protocollo e copia della delibera o determina relativa all'impegno di spesa assunto.

Certi di una Vs. cortese adesione, vista l'importanza dell'iniziativa, e ringraziandoVi anticipatamente per quanto andrete a disporre, restiamo in attesa di un Vs. gradito cenno di riscontro e cogliamo l'occasione per porgerVi i ns. più cordiali saluti.

ANTONELLA ZAGO
Agente PK RAGUSA