

A
ALL. V SED.

Criteri di Valutazione	Sottocriteri	Punti	AB Comunicazioni S.r.l.		Comexia S.r.l.		RTI CRINALI	
			I' Commissario (Palkovicin)	II' Commissario (Aprati)	I' Commissario (Palkovicin)	II' Commissario (Aprati)	Presidente	I' Commissario (Palkovicin)
A. Coerenza dei servizi offerti	A.1. Coerenza e rispondenza dei servizi offerti agli obiettivi di cui all'art. 2 del Capitolato di gara	7	0,5	0,5	0,75	0,75	0,75	0,75
	A.2. Coerenza e rispondenza dei servizi e dei prodotti offerti rispetto ai servizi e prodotti attesi di cui all'art. 3 del Capitolato di gara	7	0,5	0,5	0,75	0,75	0,5	0,75
	A.3. Coerenza, concretezza e fattibilità delle tempistiche di attuazione dei servizi proposti	4	0,5	0,5	0,75	0,75	0,25	0,25
	TOTALE	28						
B. Qualità dei servizi	B.1. Efficacia, innovatività ed adeguatezza dei servizi proposti, loro coerenza interna e coerenza interna in relazione al WP 1 di cui all'art. 3 del Capitolato	5	0,35	0,35	0,5	0,75	0,5	0,75
	B.1.1 Efficacia ed impatto della strategia creativa proposta	5	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75
	B.1.2 Concretezza e adeguatezza dei contenuti di comunicazione proposti	4	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
	B.1.3 Efficacia del piano mezzi in termini di penetrazione e capillarità rispetto al target	5	0,25	0,25	0,5	0,5	0,25	0,75
	B.1.4 Efficacia del piano mezzi in termini di scelta dei mezzi di diffusione	3	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,75
	B.1.5 Efficacia del media mix proposto in termini di scelta del mezzo di comunicazione e secondario della campagna di sensibilizzazione e informazione considerato per le proposte della analisi ex ante e ex post	3	0,75	0,75	0,75	0,25	0,75	0,75
	B.1.6 Rappresentatività del campione dei target primario e secondario della campagna di sensibilizzazione e informazione considerato per le proposte della analisi ex ante e ex post	3	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75
	B.1.7 Pertinenza della metodologia proposta per le analisi ex ante e ex post	3	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5	0,75
	B.2. Efficacia, innovatività ed adeguatezza dei servizi proposti, loro coerenza interna e coerenza interna in relazione al WP 2 di cui all'art. 3 del Capitolato	4	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,5
	B.2.1 Efficacia dei materiali e dei prodotti informativi e formativi	4	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,5
	B.2.2 Adeguatezza dei materiali e dei prodotti informativi e formativi	4	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,5
	B.2.3 Originalità degli strumenti proposti	3	0,25	0,25	0,5	0,5	0,25	0,25
B.2.4 Utilizzo di proposte qualitative migliorative rispetto alle previsioni del capitolato tecnico	3	0,25	0,25	0,5	0,5	0,25	0,25	
B.3. Efficacia, innovatività ed adeguatezza dei servizi proposti, loro coerenza interna e coerenza interna in relazione al WP 3 di cui all'art. 3 del Capitolato	3	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75	
B.4. Efficacia, innovatività ed adeguatezza dei servizi proposti, loro coerenza interna e coerenza interna in relazione al WP 4 di cui all'art. 3 del Capitolato	4	0,5	0,75	0,5	0,5	0,5	0,5	
TOTALE	49							
C. Esperienze nella realizzazione di campagne di animazione, sensibilizzazione, informazione e diffusione sociale/istituzionale	C.1 Esperienze da 0 a 6 mesi = 0							
	C.2 Esperienze da 6 mesi e 1 giorno a 12 mesi = 1	5	5	5	2	2	3	3
	C.3 Esperienze da 12 mesi e 1 giorno a 24 mesi = 2							
	C.4 Esperienze da 24 mesi e 1 giorno a 36 mesi = 3							
D. Servizi aggiuntivi	D.1. Coerenza, attinenza, efficacia ed adeguatezza dei servizi aggiuntivi proposti rispetto all'articolazione ed alla complessità dei servizi richiesti attesi	4	0,5	0,75	0,5	0,5	0,75	0,75
	D.2. Sostenibilità, nel lungo periodo, dei servizi aggiuntivi proposti	4	0,5	0,5	0,5	0,75	0,5	0,75
TOTALE	8							
TOTALE		80						

Luciano Quast
Giuseppe Pelleri
Cristina Pelleri
Anna Subbato