

**TRENTINO SVILUPPO S.p.A. - Via F. Zeni, 8
38068 Rovereto (TN)**

**CONFRONTO CONCORRENZIALE SU ME-PAT NR. 81983
PER IL SERVIZIO DI IDEAZIONE E REALIZZAZIONE DELLA CAMPAGNA DI
COMUNICAZIONE DEL TRENTINO PER IL BIENNIO 2020-2021
CODICE CIG 7935407902**

Verbale della Commissione Tecnica

Come si evince dall'atto di data 12/07/2019, prot. nr. 13503, è stata istituita dal Dott. Paolo Pretti, Direttore della Direzione Operativa di Trentino Sviluppo S.p.A, la Commissione Tecnica per la valutazione delle offerte tecniche presentate dai concorrenti, come previsto dalla lettera di invito per l'affidamento del "Servizio di ideazione e realizzazione della Campagna di Comunicazione del Trentino per il biennio 2020-2021".

Presso la sede di Trentino Sviluppo S.p.A. a Trento, Via Romagnosi 11 alle ore 10.20 del giorno 15 luglio 2019 la Commissione tecnica risulta essere così costituita:

Maurizio Rossini – Presidente
Alessandra Manera – Commissario
Valentina Cappio – Commissario
Chiara De Pol – Commissario
Francesco Falcioni - Commissario
Fabia Tomaselli – Segretario Verbalizzante

Il Presidente dichiara aperta la riunione e illustra il metodo di valutazione delle offerte tecniche pervenute e la relativa attribuzione dei punteggi, come disposto nei documenti di gara.

Viene precisato che la Commissione tecnica non dovrà tenere in considerazione i documenti pdf "Digital Agency" e "Fotografo S.S." caricati sul "cloud" da parte del concorrente Liberate Le Aragoste in quanto non presentati secondo le modalità indicate nella richiesta di offerta e nelle successive note di chiarimento".

La Commissione attribuirà i punteggi per ogni criterio da valutare da un punteggio minimo di 0 ad un massimo di 1.

I criteri specificati nel disciplinare di gara sono i seguenti:

1. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

*Efficacia comunicativa
Originalità e creatività della proposta
Coerenza, adeguatezza e qualità della proposta*

2. PROGETTO DI ELABORAZIONE CREATIVA DELLE CAMPAGNE 2020-2021

*Efficacia comunicativa
Originalità e creatività del progetto
Coerenza ed efficacia della declinazione del concept sui canali di comunicazione digitali*

3. TEAM DI LAVORO

Ciascun commissario tecnico è dotato di un tabulato sul quale apporre i punteggi e le relative motivazioni.

La Commissione procede quindi all'esame degli elaborati prodotti dai concorrenti:

1. LIBERATE LE ARAGOSTE SRL

Il Presidente procede alla lettura integrale della documentazione presentata. Segue dibattito sulla proposta.

2. COO'EE ITALIA SRL

Il Presidente procede alla lettura integrale della documentazione presentata. Segue dibattito sulla proposta.

3. LIFE LONGARI & LOMAN SRL

Il Presidente procede alla lettura integrale della documentazione presentata. Segue dibattito sulla proposta.

4. MILK ADV SRL

Il Presidente procede alla lettura integrale della documentazione presentata. Segue dibattito sulla proposta.

Dopo un'approfondita discussione da parte della Commissione Tecnica, sulle varie proposte analizzate, ogni Commissario procede ad assegnare i propri punteggi inerenti i criteri, ad ogni singolo concorrente, inserendo altresì le proprie valutazioni.

I punteggi di tutte le valutazioni effettuate vengono inseriti in un apposito file excel e si procede alla cd. "riparametrazione" dei punteggi prevista dall'allegato P al D.p.r. 207/2010 ss.mm. nei termini, ex multis, definiti anche dalla giurisprudenza del Consiglio di Stato (VI, n. 6928/2012 e VI, n. 5754/2012) per cui:

- 1) viene calcolata la media aritmetica dei valori compresi tra 0 ed 1 attribuiti discrezionalmente dai singoli commissari (media sui commissari) sulla seguente scala di valutazione: 0 insufficiente, 0,2 sufficiente, 0,4 discreto, 0,6 buono, 0,8 distinto, 1 eccellente.
- 2) si procede, quindi, a trasformare la media dei valori attribuiti da parte di tutti i commissari in coefficienti definitivi, riportando ad 1 la media più alta ed assegnando ad ogni altra offerta un valore calcolato in proporzione alla media ottenuta (riparametrazione).
- 3) Tale media riparametrata viene poi rapportata al coefficiente assegnato al criterio per ottenere il punteggio effettivo dell'offerta tecnica.
- 4) Si procede quindi con una seconda riparametrazione assegnando il punteggio massimo alla migliore offerta e ricalcolando gli altri punteggi in proporzione.

Il risultato finale è il seguente

CONCORRENTE	PUNTEGGIO TECNICO
LIBERATE LE ARAGOSTE SRL	85,00
COO'EE ITALIA SRL	65,67
LIFE LONGARI & LOMAN SRL	50,11
MILK ADV SRL	37,99

Conclusivamente, il Presidente della Commissione Tecnica procede a dar lettura della graduatoria tecnica generatasi:

CONCORRENTE	PUNTEGGIO TECNICO
LIBERATE LE ARAGOSTE SRL	85,00
COO'EE ITALIA SRL	65,67
LIFE LONGARI & LOMAN SRL	50,11
MILK ADV SRL	37,99

La seduta è conclusa alle ore 15.15, il Presidente della Commissione tecnica procederà a trasmettere il presente verbale alla Commissione di Gara per il prosieguo delle operazioni.

In fede,

Maurizio Rossini, Presidente

Alessandra Manera, Commissario

Valentina Cappio, Commissario

Chiara De Pol, Commissario

Francesco Falcioni, Commissario

Fabia Tomaselli, Segretario verbalizzante

(documento firmato in originale)

trspa-16/07/2019-0013679

ZUCCHETTI - ANALISI PUNTEGGIO								Commento 1
ACCURATE	1							
PRECISAZIONE	0,6							
LOGICA	0,6							
ORGANICO	0,4							
STRUTTURATO	0,6							
MEMORIZZABILE	0							
Valutazione singolo Commissario punteggio da 0 a 1								
Criterio	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE			PROGETTO DI ELABORAZIONE CREATIVA DELLE CAMPAGNE 2020-2021			TEAM DI LAVORO	
	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DELLA PROPOSTA	COERENZA, ADEGUATEZZA E QUALITA' DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA DELLA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SU I CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALE		
Conoscenza	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	
LIBERATE LE ARAGOSTE	0,6	0,2	0,6	0,5	0,4	0,4	1	
	MESSAGGIO ABBASTANZA RAFFINATO IN CONTINUITA' CON LA STRATEGIA ATTUALE	NON EMERGONO ELEMENTI ORIGINALI RISPETTO ALLA STRATEGIA ATTUALE	STRATEGIA COERENTE IN CONTINUITA' CON QUELLA ATTUALE	ELEGANTE, CHIARA, SENZA GRANDI VARIAZIONI RISPETTO AGLI ULTIMI DUE ANNI	IN CONTINUITA' CON L'ATTUALE CREATIVITA' SENZA PARTICOLARI ELEMENTI INNOVATIVI	IN CONTINUITA' CON L'ATTUALE PROGETTO. NON EMERGONO PARTICOLARI ELEMENTI INNOVATIVI.	TEAM VARIO CON PROFILI INTERNAZIONALI. SPECIFICANO ESPERIENZE CON BRAND DI LIVELLO MEDIO ALTO	
COO'EE ITALIA	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,6	
	APPARENTEMENTE DINAMICO NELLA GRAFICA, DEBOLE IL MESSAGGIO	NON EMERGONO ELEMENTI PARTICOLARMENTE CREATIVI	MOLTO BASIC	LINGUAGGIO COERENTE, MA CLAIM SOTTOTONO	NON EMERGONO ELEMENTI PARTICOLARMENTE DISTINTIVI E CREATIVI	SCARSA COERENZA E CREATIVITA' VISUAL NON COERENTE CON L'ATTUALE STRATEGIA DIGITAL	TEAM ADEGUATO	
LIFE LONGARI & LOMAN	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	
	DEBOLE RISPETTO AGLI OBIETTIVI EVIDENZIATI	NON EMERGONO ELEMENTI ORIGINALI	COERENZA DEBOLE	CARENTE, INCOMPLETA	NON SI EVIDENZIANO ELEMENTI ORIGINALI, LE AZIONI PROPOSTE SONO GIÀ AMPHIAMENTE "SFILATE" DA ALTRI PLAYER	COERENTE MA BANALE. NON PARTICOLARMENTE ADEGUATO PER UNA CAMPAGNA ISTITUZIONALE	TEAM VARIO, CON ESPERIENZA FLORENTINA	
MILK ADV	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	
	EFFICACIA DEBOLE RISPETTO AGLI OBIETTIVI EVIDENZIATI NEL BRIEF	NON EMERGE INNOVAZIONE NELLA PROPOSTA	SOTTO TONO RISPETTO ALLO SCENARIO	EFFICACIA DEBOLE RISPETTO ALLA DECLINAZIONE DELLE CAMPAGNE	NON EMERGONO ELEMENTI ORIGINALI	VIENE MANTENUTA COERENZA RISPETTO ALL'OFFLINE MA RISULTA COMUNQUE DEBOLE	NEL COMPLESSO SI TRATTA DI PROFILI LEGATI ALLA GESTIONE DI CLIENTI/CAMPAGNE RIVOLTI AL CONSUMER MEDIO/BASSO	

ZUCCHETTI - ANALISI PUNTEGGIO								Commento 2
ACCURATE	1							
PRECISAZIONE	0,6							
LOGICA	0,6							
ORGANICO	0,4							
STRUTTURATO	0,6							
MEMORIZZABILE	0							
Valutazione singolo Commissario punteggio da 0 a 1								
Criterio	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE			PROGETTO DI ELABORAZIONE CREATIVA DELLE CAMPAGNE 2020-2021			TEAM DI LAVORO	
	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DELLA PROPOSTA	COERENZA, ADEGUATEZZA E QUALITA' DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA DELLA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SU I CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALE		
Conoscenza	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	
LIBERATE LE ARAGOSTE	0,6	0,4	0,6	0,6	0,4	0,4	1	
	ABBASTANZA ATTINENTE CON IL BRIEF	DEBOLE E POCO ORIGINALE	ABBASTANZA COERENTE CON IL BRIEF	SEPPUR GIÀ VISTO COME CONCEPT RISULTA ADEGUATAMENTE SVILUPPATO	CONCEPT ED ESECUZIONE GIÀ VISTI E NON ORIGINALI	FORMAT GIÀ IN USO SENZA ELEMENTI DI INNOVAZIONE	MIX INTERNAZIONALE INTERESSANTE E STIMOLANTE	
COO'EE ITALIA	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,6	
	SEPPUR IL CONCEPT RISULTA INTERESSANTE E POCO DIFFICILMENTE UTILIZZABILE E VICIOLABILE	PROPOSTA CREATIVA DEBOLE. IL SEGNO GRAFICO RISULTA GIÀ UTILIZZATO DA DIVERSE AZIENDE	PROPOSTA ADEGUATA AD ALCUNE DELLE RICHIESTE	ESSENDO UN CONCEPT GIÀ VISTO TENDE A CONFONDERSI CON ALTRI RISPETTANDO POCO EFFICACE	IL SEGNO GRAFICO DISTINTIVO RISULTA GIÀ UTILIZZATO DA ALTRE AZIENDE	LATO DIGITAL LA COMUNICAZIONE NON RISULTA AUTENTICA E NON TIENE L'INDIZIO DELLA CREATIVITA' ESISTENTE	TEAM ADEGUATO	
LIFE LONGARI & LOMAN	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,2	0,6	
	NON CI SONO ELEMENTI DI NOVITA' CHE A LIVELLO STRATEGICO POSSANO FUNZIONARE	CI SONO ELEMENTI VECCHI CHE NON SONO IN LINEA CON LE RICHIESTE DEL BRIEF	PROPOSTA ADEGUATA AD ALCUNE DELLE RICHIESTE	CONCEPT GIÀ VISTO, NON CI SONO ELEMENTI DI INNOVAZIONE	CLAIM CHE FA RISULTARE IL BRAND POCO APPETIBILE	SI PUNTA SU UNA PRODUZIONE IMPORTANTE DI VIDEO E DI ALTRI FORMAT, NON VIENONO BEN DECLINATI SUL DIGITAL	TEAM ADEGUATO	
MILK ADV	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,6	
	POCO ATTINENTE AL BRIEF E SOPRATTUTTO CON IL POSIZIONAMENTO CHE RISULTA SIMULANTE	NON VI SONO PUNTI DI VISTA ORIGINALI O INNOVATIVI	QUALITÀ PROPOSTA GIÀ VISTA, NON CI SONO ELEMENTI "WOW"	CREATIVITA' GIÀ VISTE CHE NON EMERGONO E NON FANNO EMERGERE IL BRAND TRENTINO	NON CI SONO ELEMENTI DI INNOVAZIONE CHE RICHIAMANO L'ATTENZIONE	ALCUNE PARTI LEGATE AL SOCIAL RISULTANO SUPERFICI E POCO EFFICACI	TEAM ETEROGENEO	

GRUPPO ASSICURAZIONI PUNTEGGIO								Commissionario 3
eccellente	1							
buono	0,8							
medio	0,6							
discreto	0,4							
insufficiente	0,2							
insufficiente	0							
Valutazione singola Commissario punteggio da 0 a 1								
Criterio	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE			PROGETTO DI ELABORAZIONE CREATIVA DELLE CAMPAGNE 2020-2021			TEAM DI LAVORO	
	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DELLA PROPOSTA	COERENZA, ADEGUATEZZA E QUALITA' DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA DELLA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SU I CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALI		
Commenti	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	
LIBERATE LE ARAGOSTE	0,8	0,6	0,6	0,8	0,6	0,4	1	
PROPOSTA MOLTO RAPPRESENTATIVA DEL BRAND TRENTINO E DEL SUO POSIZIONAMENTO		IL PROGETTO E' ESTETICAMENTE INTRIGANTE E SOSTITUITO MA NON PARTICOLARMENTE INNOVATIVO	PROPOSTA COERENTE CON IL BRIEF E IL POSIZIONAMENTO DEL BRAND MA DIFFICILE DA DECLINARE IN FORMAT DI CAMPAGNA	IL PROGETTO E' INTRIGANTE E COERENTE CON IL BRIEF ANCHE SE DECLINABILE COME CONTENUTO ORGANICO	IL FORMAT E' BELLO MA NON INNOVATIVO, GIA' VISTO ANCHE DA COMPETITOR DIRETTI	LA DECLINAZIONE DEL FORMAT SI PRESTA A UNA DECLINAZIONE DIGITALE ORGANICA E NON DI CAMPAGNA	ECCELLENTI CURRICULUM ED ESTREMAMENTE APPREZZABILE IL RESPIRO INTERNAZIONALE DI ALCUNI PROFILI	
COO'EE ITALIA	0,4	0,6	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	
PROPOSTA ATTINENTE AL BRIEF MA CON POCO FOCUS SUL TERRITORIO/DESTINAZIONE		L'UTILIZZO DELL'ELEMENTO GRAPHIC PRODOTTO COME FIL ROUGE E' MOLTO INTERESSANTE MA POCO INCENTRATO SUL TERRITORIO	PROPOSTA COERENTE CON LO SCENARIO PRESENTATO MA NON ABBASTANZA RAPPRESENTATIVO DELLA DESTINAZIONE	PROPOSTA COERENTE ED INTERESSANTE MA DEBOLE NEL DARE CONTRIBUTO A QUANTO FATTO FINORA	PROGETTO ADATTO AI CANALI DIGITALI MA RICHIEDA TEMPO CAMPAGNE GIA' VISTE NEL MONDO TELEFONIA	PROGETTO CHE SI PRESTA AD UNA DECLINAZIONE EFFICACE SU I CANALI DIGITALI	TEAM DIVERSIFICATO E CON TUTTE LE COMPETENZE NECESSARIE ALLA GESTIONE DI CAMPAGNE INTEGRATE	
LIFE LONGARI & LOMAN	0,4	0,2	0,2	0,4	0,2	0,4	0,6	
BUONA ANALISI DEL CONTESTO E DEI TREND NEL TRAVEL, PROPOSTA ATTINENTE AL BRIEF NEL CONCEPT MA DEBOLE NELLA CREATIVITA'		FORMAT NON ORIGINALISSIMO E DI COMPLESSA REALIZZAZIONE VISTO IL NUMERO DI MERCATI	SICURAMENTE LA PROPOSTA E' RISPETTOSA DEL CONCEPT ESPERIENZE VERE MA NELL'ESECUZIONE E' POCO ADEGUATA AL POSIZIONAMENTO DEL TRENTINO	PROPOSTA ATTINENTE AL CAPITOLO SENZA PERO' NESSUNA INNOVAZIONE PARTICOLARE	CREATIVITA' SUFFICIENTEMENTE ADEGUATA MA POCO RAPPRESENTATIVA DEL POSIZIONAMENTO DEL TRENTINO	PROPOSTA COERENTE CON I CANALI DIGITALI MA POCO ATTRAENTE LA REALIZZAZIONE	TEAM GIOVANE MA CON UN BUON MIX DI COMPETENZE, APPREZZABILE LA PRESENZA DI UN PROFILO CON APPROFONDIRITA' CONOSCENZA DEL TERRITORIO TRENTINO	
MILK ADV	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	
SUFFICIENTEMENTE ATTINENTE AL BRIEF ED AL CAPITOLO TECNICO MA DEBOLE NELLA CREATIVITA' E LONTANA DALLO STILE DEL BRAND		APPREZZABILE L'IDEA DEL FORMAT MA IL CONCEPT NON E' PARTICOLARMENTE INNOVATIVO	ALLINEAMENTO RISPETTO AL TARGET DI RIFERIMENTO MA POCO ESEMPLIFICATIVA DEL CONCEPT DI ESPERIENZE VERE	ATTINENTE AL BRIEF MA POCO RISPETTOSA DEL CONCEPT DI ESPERIENZE VERE	CREATIVITA' SUFFICIENTEMENTE ADATTA AI MEDIA DIGITALI, MENO CONVINCENTE SULLA STAMPA	SUFFICIENTE, MA LA PROPOSTA NON PRESENTA ELEMENTI DI SPICCO O PARTICOLARMENTE INNOVATIVI	DISCRETA ALTERNANZA DI COMPETENZE ED ESPERIENZE, COLLABORAZIONI CON BRAND NOTI	

Firma

GRUPPO ASSICURAZIONI PUNTEGGIO								Commissionario 4
eccellente	1							
buono	0,8							
medio	0,6							
discreto	0,4							
insufficiente	0,2							
insufficiente	0							
Valutazione singola Commissario punteggio da 0 a 1								
Criterio	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE			PROGETTO DI ELABORAZIONE CREATIVA DELLE CAMPAGNE 2020-2021			TEAM DI LAVORO	
	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DELLA PROPOSTA	COERENZA, ADEGUATEZZA E QUALITA' DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA DELLA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SU I CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALI		
Commenti	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	
LIBERATE LE ARAGOSTE	0,8	0,4	0,6	0,8	0,6	0,4	1	
ATTINENTE AL BRIEF CON SPUNTI INTERESSANTI E REALIZZABILI, FORSE DA DECLINARE MEGLIO		PROPOSTA CREATIVA MA POCO ORIGINALE	STRATEGIA COERENTE A QUELLA ATTUALE, CON INNOVAZIONI INTERESSANTI	ATTINENTE AL BRIEF, CON SPUNTI INTERESSANTI E REALIZZABILI	BUONA REALIZZAZIONE, POCO ORIGINALITA'	POCO DECLINABILE PER ADV DIGITAL	TEAM ADEGUATO COME ESPERIENZA E SKILLS E INTERNAZIONALE	
COO'EE ITALIA	0,6	0,8	0,4	0,4	0,6	0,6	0,8	
STRATEGIA ATTINENTE, CON SPUNTI INTERESSANTI, DA DEFINIRE MEGLIO SUL LUNGO PERIODO		PROPOSTA BEN DEFINITA CON TRATTI DI ORIGINALITA'	STRATEGIA CHE MANCA DI DETTAGLIO	ATTINENTE AL BRIEF, CON ALCUNE ELABORAZIONI INTERESSANTI MA CHE SI DISCOSTA TROPPO DA QUANTO FATTO FINORA	PROPOSTA PRESENTATA CON SPUNTI DI ORIGINALITA', DUBBI SU QUALITA' COMUNICATIVA	PROPOSTA MOLTO DIGITALE, CON TRATTI DI ORIGINALITA', DEBOLE DAL PUNTO DI VISTA DELLA REALIZZAZIONE	TEAM ADEGUATO COME ESPERIENZA E SKILLS	
LIFE LONGARI & LOMAN	0,6	0,6	0,4	0,4	0,6	0,4	0,8	
PROPOSTA ATTINENTE, IDENTIFICA CORRETTAMENTE ALCUNI TREND INTERESSANTI		DECLINAZIONE DELLA STRATEGIA CON ALCUNI SPUNTI ORIGINALI, EFFICACIA PERO' DA DIMOSTRARE	NON TIENE CONTO DI ALCUNE RESISTENZE SUL TERRITORIO, ALCUNE PARTI DIFFICILMENTE REALIZZABILI	ATTINENTE AL BRIEF CON ALCUNE ELABORAZIONI INTERESSANTI MA COMPLESSE NELLA LORO REALIZZAZIONE PRATICA	LA PROPOSTA PRESENTA TRATTI DI ORIGINALITA' RISPETTO ALLA COMUNICAZIONE ATTUALE, REALIZZAZIONE PROPOSTA GENERICA POCO ATTRAENTE	PROPOSTA CON SPUNTI ORIGINALI, MA UN PO' DISPERIVA A LIVELLO DI CONTENUTI	TEAM ADEGUATO COME ESPERIENZE ED ESPERTISE	
MILK ADV	0,4	0,2	0,4	0,2	0,2	0,4	0,8	
ATTINENTE AL BRIEF, CON UNA ELABORAZIONE DISCRETA		CAMPAGNA CROSSMEDIALE CLASSICA, MOLTO AMPIA	PAIYOFF QUALITATIVAMENTE DEBOLE	ATTINENTE AL BRIEF MA SENZA PARTICOLARI SPUNTI DI ORIGINALITA'	LA PROPOSTA E' IN LINEA CON COMUNICAZIONI ATTUALI SENZA PERO' GRANDI IDEE DI VARIAZIONE	DECLINAZIONE GRAFICA DISCRETA MA DEBOLE SU CREATIVITA'	TEAM ADEGUATO COME ESPERIENZE E SKILLS	

Firma

GRUPPO INTERAGENZIE PARTNER		Commentario 5							
ACCIDENTI	1								
ALTA BARRA	0,8								
AVANTI	0,8								
CONCETTI	0,2								
CONCETTI	0								
Valutazione singolo Commissario punteggio da 0 a 1									
Categorie	STRATEGIA DI COMUNICAZIONE			PROGETTO DI ELABORAZIONE CREATIVA DELLE CAMPAGNE 2020-2021			TEAM DI LAVORO		
	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DELLA PROPOSTA	COERENZA, ADEGUATEZZA E QUALITA' DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA NELLA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SUI CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALI			
Componenti	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1	da 0 a 1		
LIBERATE LE ARAGOSTE	0,8	0,4	0,4	0,8	0,6	0,2	0,6		
	LA PROPOSTA DI CONTENUTO, STILE E CLAIM IN CHIAVE STRATEGICA E' CONDIVISIBILE	LA PROPOSTA STRATEGICA E' POCO ORIGINALE SE NON NELLO STILE	IN TERMINI STRATEGICI LA PROPOSTA E' COERENTE CON IL BRIEF ANCHE SE NON BRILLANTE	IL CONCEPT CREATIVO SI RITENE EFFICACE NELLA SUA COMPONENTE MEZZI DIGITALE E NEI CONTENUTI VIDEO	LA PROPOSTA CREATIVA E' BUONA E ORIGINALE NELLO STILE	NON RISULTA COMPLETA LA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SUI CANALI DIGITALI	IL TEAM RISULTA VALIDO E CON ESPERIENZE INTERNAZIONALI		
COO'EE ITALIA	0,4	0,4	0,2	0,4	0,4	0,2	0,4		
	LA LETTURA DELLA STRATEGIA E' CHIARA, MOLTO MENO LA SUA DECLINAZIONE PER MESSAGGIO E MEZZI	LA PROPOSTA SI INCENTRA SU UN SECONDO GRAFICO UNICO E POCO ALTRO, IL MESSAGGIO RISULTA DEBOLE E NON POSIZIONA NELLA FASCIA MEDIO ALTA	LA PROPOSTA STRATEGICA E' POCO PERCIPIBILE A FRONTE DI UN IMPEGNO INCENTRATO SOPRATTUTTO SULLA DECLINAZIONE GRAFICA	EFFICACE IN ALCUNE DECLINAZIONI, STAMPA, DEBOLE NEL SUO COMPLESSO.	MESSAGGIO POCO ORIGINALE E CREATIVO, "TU AL CENTRO", CONCEPT GIA' ABUSATO	POCO COERENTE LA PROPOSTA NELLO SVILUPPO MEZZI E CANALI, IN PARTICOLARE DEBOLE NEL MONDO DIGITALI	TEAM COMPOSITO CON ESPERIENZE DISCRETE IN AMBITO INTERNAZIONALE		
LIFE LONGARI & LOMAN	0,2	0,4	0,2	0,2	0,4	0,2	0,4		
	ECESSIVAMENTE FRAMMENTATA, PORTATA PIU' AI CONTENUTI CHE ALLA CAMPAGNA VERA E PROPRIA, TROPPO	SCARSAMENTE ORIGINALE, LE TRAVEL SERIE SONO GIA' STATE PIU' VOLTE UTILIZZATE SUL MERCATO	CONFUSA LA PROPOSTA CROSS MEDIALE, POCO INTERNAZIONALE LA COPERTURA	SCARSA, TROPPO INCENTRATA SULLA PRODUZIONE SERIE E POCO SU CAMPAGNE CROSS MEDIALE	PUR ORIGINALE PER TRATTAMENTO, LA CREATIVITA' NON CONVINCINE	POCO PRESENTE NELLA PROPOSTA LA DECLINAZIONE DIGITALE	TEAM COMPOSITO CON ESPERIENZE DISCRETE IN AMBITO INTERNAZIONALE		
MILK ADV	0,2	0,2	0,4	0,4	0,2	0,2	0,4		
	DALLA STRATEGIA ESPRESSA NON EMERGONO ELEMENTI DI PARTICOLARE EFFICACIA	STRATEGIA GIA' IN ESSERE, NON INNOVATIVA	SUFFICIENTEMENTE COERENTE	CREATIVITA' DISCRETA PER EFFICACIA ANCHE SE NON ORIGINALE, STILE E MODI NON IN LINEA CON IL VISSUTO DI TRENTO	APPENA SUFFICIENTE, PROPOSTA SCARSAMENTE ORIGINALE	SUFFICIENTE LA COERENZA ANCHE SE FERRANCONO PERISSIMO, NELL'EFFICACIA DEL MESSAGGIO	TEAM COMPOSITO CON ESPERIENZE DISCRETE IN AMBITO INTERNAZIONALE		

Firma