

**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

ZUCCHER (Sviluppo Pubblicità)								Commento 1
Accuratezza	1							
Strategia	0,6							
Originalità	0,4							
Coerenza	0,2							
Qualità	0,2							
Adattabilità	0,2							
Meccanicismo	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 QUALITÀ DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA DELLA DECLINAZIONE DEI 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	
<b>LIBERATE LE ARAGOSTE</b>	0,6 MESSAGGIO ABBASTANZA RAFFINATO IN CONTINUITA' CON LA STRATEGIA ATTUALE	0,2 NON EMERGONO ELEMENTI ORIGINALI RISPETTO ALLA STRATEGIA ATTUALE	0,6 STRATEGIA COERENTE IN CONTINUITA' CON QUELLA ATTUALE	0,5 ELEGANTE, CHIARA, SENZA GRANDI VARIAZIONI RISPETTO AGLI ULTIMI DUE ANNI	0,4 IN CONTINUITA' CON L'ATTUALE CREATIVITA' SENZA PARTICOLARI ELEMENTI INNOVATIVI	0,4 IN CONTINUITA' CON L'ATTUALE PROGETTO. NON EMERGONO PARTICOLARI ELEMENTI INNOVATIVI.	1 TEAM VARIO CON PROFILI INTERNAZIONALI. SPECIFICANO ESPERIENZE CON BRAND DI LIVELLO MEDIO ALTO	
<b>COO'EE ITALIA</b>	0,4 APPARENTEMENTE DINAMICO NELLA GRAFICA, DEBOLE IL MESSAGGIO	0,2 NON EMERGONO ELEMENTI PARTICOLARMENTE CREATIVI	0,2 MOLTO BASIC	0,2 LINGUAGGIO COERENTE, MA CLAIM SOTTOTONO	0,2 NON EMERGONO ELEMENTI PARTICOLARMENTE DISTINTIVI E CREATIVI	0,2 SCARSA COERENZA E CREATIVITA' VISUAL NON COERENTE CON L'ATTUALE STRATEGIA DIGITAL	0,6 TEAM ADEGUATO	
<b>LIFE LONGARI &amp; LOMAN</b>	0,2 DEBOLE RISPETTO AGLI OBIETTIVI EVIDENZIATI	0,2 NON EMERGONO ELEMENTI ORIGINALI	0,2 COERENZA DEBOLE	0,2 CARENTE, INCOMPLETA	0,2 NON SI EVIDENZIANO ELEMENTI ORIGINALI, LE AZIONI PROPOSTE SONO GIÀ AMPHIAMENTE "SFILATE" DA ALTRI PLAYER	0,2 COERENTE MA BANALE. NON PARTICOLARMENTE ADEGUATO PER UNA CAMPAGNA ISTITUZIONALE	0,4 TEAM VARIO, CON ESPERIENZA FLORENTINALE	
<b>MILK ADV</b>	0,2 EFFICACIA DEBOLE RISPETTO AGLI OBIETTIVI EVIDENZIATI NEL BRIEF	0,2 NON EMERGE INNOVAZIONE NELLA PROPOSTA	0,2 SOTTO TONO RISPETTO ALLO SCENARIO	0,2 EFFICACIA DEBOLE RISPETTO ALLA DECLINAZIONE DELLE CAMPAGNE	0,2 NON EMERGONO ELEMENTI ORIGINALI	0,2 VIENE MANTENUTA COERENZA RISPETTO ALL'OFFLINE MA RISULTA COMUNQUE DEBOLE	0,2 NEL COMPLESSO SI TRATTA DI PROFILI LEGATI ALLA GESTIONE DI CLIENTI/CAMPAGNE RIVOLTI AL CONSUMER MEDIO/BASSO	

ZUCCHER (Sviluppo Pubblicità)								Commento 2
Accuratezza	1							
Strategia	0,6							
Originalità	0,4							
Coerenza	0,2							
Qualità	0,2							
Adattabilità	0,2							
Meccanicismo	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 QUALITÀ DELLA PROPOSTA	EFFICACIA COMUNICATIVA	ORIGINALITA' E CREATIVITA' DEL PROGETTO	COERENZA ED EFFICACIA DELLA DECLINAZIONE DEI 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	
<b>LIBERATE LE ARAGOSTE</b>	0,6 ABBASTANZA ATTINENTE CON IL BRIEF	0,4 DEBOLE E POCO ORIGINALE	0,6 ABBASTANZA COERENTE CON IL BRIEF	0,6 SEPPUR GIÀ VISTO COME CONCEPT RISULTA ADEGUATAMENTE SVILUPPATO	0,4 CONCEPT ED ESECUZIONE GIÀ VISTI E NON ORIGINALI	0,4 FORMAT GIÀ IN USO SENZA ELEMENTI DI INNOVAZIONE	1 MIX INTERNAZIONALE INTERESSANTE E STIMOLANTE	
<b>COO'EE ITALIA</b>	0,4 SEPPUR IL CONCEPT RISULTA INTERESSANTE E POCO DIFFICILMENTE UTILIZZABILE E VICIOLABILE	0,4 PROPOSTA CREATIVA DEBOLE. IL SEGNO GRAFICO RISULTA GIÀ UTILIZZATO DA DIVERSE AZIENDE	0,4 PROPOSTA ADEGUATA AD ALCUNE DELLE RICHIESTE	0,4 ESSENDO UN CONCEPT GIÀ VISTO TENDE A CONFONDERSI CON ALTRI RISPETTANDO POCO EFFICACE	0,4 IL SEGNO GRAFICO DISTINTIVO RISULTA GIÀ UTILIZZATO DA ALTRE AZIENDE	0,4 LATO DIGITAL LA COMUNICAZIONE NON RISULTA AUTENTICA E NON TIENE L'INDIZIO DELLA CREATIVITA' ESISTENTE	0,6 TEAM ADEGUATO	
<b>LIFE LONGARI &amp; LOMAN</b>	0,2 NON CI SONO ELEMENTI DI NOVITA' CHE A LIVELLO STRATEGICO POSSANO FUNZIONARE	0,2 CI SONO ELEMENTI VECCHI CHE NON SONO IN LINEA CON LE RICHIESTE DEL BRIEF	0,4 PROPOSTA ADEGUATA AD ALCUNE DELLE RICHIESTE	0,2 CONCEPT GIÀ VISTO, NON CI SONO ELEMENTI DI INNOVAZIONE	0,2 CLAIM CHE FA RISULTARE IL BRAND POCO APPETIBILE	0,2 SI PUNTA SU UNA PRODUZIONE IMPORTANTE DI VIDEO E DI ALTRI FORMAT, NON VIENONO BEN DECLINATI SUL DIGITAL	0,6 TEAM ADEGUATO	
<b>MILK ADV</b>	0,2 POCO ATTINENTE AL BRIEF E SOPRATTUTTO CON IL POSIZIONAMENTO CHE RISULTA SMIUNUENTE	0,2 NON VI SONO PUNTI DI VISTA ORIGINALI O INNOVATIVI	0,2 QUALITÀ PROPOSTA GIÀ VISTA, NON CI SONO ELEMENTI "WOW"	0,2 CREATIVITA' GIÀ VISTE CHE NON EMERGONO E NON FANNO EMERGERE IL BRAND TRENTINO	0,2 NON CI SONO ELEMENTI DI INNOVAZIONE CHE RICHIAMANO L'ATTENZIONE	0,2 ALCUNE PARTI LEGATE AL SOCIAL RISULTANO SUPERFICI E POCO EFFICACI	0,6 TEAM ETEROGENEO	

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

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

GRUPPO INTERAGENZIE PARTNER		Commissionario 5					
ACCIDENTI	1						
ALTA BARRERA	0,8						
AVANTI	0,8						
BEVING	0,2						
BUONICONTI	0						
MONDADORI	0						
<b>Valutazione singolo Commissario punteggio da 0 a 1</b>							
Collettivo	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 DIGITALE	
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
<b>LIBERATE LE ARAGOSTE</b>	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 OUTLINE E NEI CONTENUTI VIDEO	LA PROPOSTA CREATIVA E' BUONA E ORIGINALE NELLO STILE	NON RISULTA COMPLETA LA DECLINAZIONE DEL CONCEPT SUI CANALI DIGITAL	IL TEAM RISULTA VALIDO E CON ESPERIENZE INTERNAZIONALI
<b>COO'EE ITALIA</b>	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 DIGITAL	TEAM COMPOSITO CON ESPERIENZE DISCRETE IN AMBITO INTERNAZIONALE
<b>LIFE LONGARI &amp; LOMAN</b>	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
<b>MILK ADV</b>	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 PERISSIEMI, NELL'EFFICACIA DEL MESSAGGIO	TEAM COMPOSITO CON ESPERIENZE DISCRETE IN AMBITO INTERNAZIONALE
Firma							