

VALUTAZIONE DELLA OFFERTA TECNICA				Gstrategy
COERENZA TECNICA DELLA SOLUZIONE PROPOSTA PUNTI 40				Punteggio
CRITERI DI VALUTAZIONE	PARAMETRI	PESO	VALUTAZIONE	Membro n. 1
A1 - Relazione illustrativa del progetto creativo di una campagna di comunicazione, contenente lo sviluppo del concept e la descrizione delle declinazioni attuative.	Saranno valutate la qualità della proposta creativa e la completezza ed esaustività della proposta strategica.	30	La premessa e l'analisi di scenario partono da elementi coerenti con l'attuale situazione pandemica ma non sono corroborati da dati solidi, anzi sono usate citazioni obsolete rispetto alla situazione attuale. La relazione illustrativa parte da basi coerenti e adeguate, andando a comparare con campagne di comunicazioni attuali e proponendo di "abbattere il muro della destagionalizzazione" creando delle aspettative che non sono poi corrisposte nello sviluppo del concept. Quest'ultimo, infatti, si presenta scarsamente adeguato proponendo immagini e copy non coerenti tra di loro e riprendendo nelle sue declinazioni troppi elementi che creano confusione e non trasmettono un messaggio unitario e coerente. Anche gli sport tv e radio non riescono a far passare messaggi particolarmente memorabili e impattanti.	0,4
A.2 - Originalità della proposta creativa.	Saranno valutate l'originalità e la competitività dell'idea creativa rispetto alle tendenze contemporanee del settore turistico, anche in relazione agli scenari nazionale ed internazionale.	5	La proposta creativa non presenta elementi di particolare originalità in relazione alle tendenze contemporanee del settore turistico proponendo una narrazione fotografica e paesaggistica ampiamente utilizzata in questi anni	0
A.3 - Coerenza con la mission istituzionale dell'Agenzia.	Saranno valutate la corrispondenza delle proposte creatività in relazione alla natura istituzionale dell'ente.	5	La proposta è adeguatamente coerente con la mission istituzionale dell'agenzia, presenta i loghi correttamente all'interno delle declinazioni e rappresenta l'ente in maniera formalmente corretta	0,6
CARATTERISTICHE TECNICHE E ORGANIZZATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI: punti 15				
B.1 - Efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo.	Efficienza, efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo proposto rispetto alle esigenze del capitolato.	15	Il modello organizzativo è adeguatamente illustrato nella proposta tecnica e rispetta le esigenze del capitolato	0,6
ORGANIZZAZIONE ED ESPERIENZA PROFESSIONALE ACQUISITA: punti 20				
C.1 - Grado di interesse delle maggiori esperienze pregresse.	Sarà considerato e valutato il curriculum aziendale rispetto alle esigenze della stazione appaltante, con particolare riferimento alle esperienze pregresse in servizi similari, svolti negli ultimi 5 anni.	5	Le esperienze pregresse in servizi similari sono parzialmente adeguate essendo svolte in settori non prettamente turistici	0,4
C.2 - Figure professionali impiegate nelle attività del gruppo di lavoro	Idoneità delle professionalità impiegate nel gruppo di lavoro, in relazione alla realizzazione del servizio richiesto.	15	Dalla disamina dei curricula dei componenti del team di progetto e di realizzazione emergono esperienze prevalenti in ambiti inerenti alla comunicazione creativa, anche in esplicita area turistica. Dai curricula si rilevano ricorrenti esperienze e competenze di produzione e servizi digitali di comunicazione	0,8
PROPOSTE MIGLIORATIVE: punti 5				
D.1 - Proposte migliorative	Saranno valutate le proposte migliorative che qualificano ulteriormente il servizio richiesto, in termini di quantità offerte e di qualità delle proposte aggiuntive rispetto ai servizi minimi richiesti da capitolato.	5	non emergono proposte migliorative	0
Totale		80		

VALUTAZIONE DELLA OFFERTA TECNICA				Gstrategy s.r.l.s.
COERENZA TECNICA DELLA SOLUZIONE PROPOSTA PUNTI 40				Punteggio
CRITERI DI VALUTAZIONE	PARAMETRI	PESO	VALUTAZIONE	Membro n. 2
A1 - Relazione illustrativa del progetto creativo di una campagna di comunicazione, contenente lo sviluppo del concept e la descrizione delle declinazioni attuative.	Saranno valutate la qualità della proposta creativa e la completezza ed esaustività della proposta strategica.	30	La proposta presenta una buona apertura critica rispetto allo scenario su cui insiste la strategia delineata, tuttavia in diversi punti appare imprecisa, vaga e non coerente con le premesse proposte. La discussione si apre in chiave comparativa riprendendo una delle campagne più suggestive del momento. La declinazione delle potenzialità evidenziate sul contesto campano però non è coerente con quanto si propone. Piuttosto che mettere in cosa la Campania è carente (come per il mare in Umbria), si propone un modello che punta su cosa la Campania ha, offrendo un racconto che è in controtendenza rispetto a quanto ci si sarebbe attesi dalla presentazione iniziale. Il progetto grafico e visuale, così come il concept proposto, finiscono per mancare di originalità e perdono quella linea narrativa che una proposta comunicativa dovrebbe tenere sempre come nodo centrale.	0,4
A.2 - Originalità della proposta creativa.	Saranno valutate l'originalità e la competitività dell'idea creativa rispetto alle tendenze contemporanee del settore turistico, anche in relazione agli scenari nazionale ed internazionale.	5	La proposta resta nei limiti di quanto richiesto dal bando senza mostrare elementi di originalità rispetto a quanto già prodotto per la comunicazione turistica della Regione Campania.	0
A.3 - Coerenza con la mission istituzionale dell'Agenzia.	Saranno valutate la corrispondenza delle proposte creative in relazione alla natura istituzionale dell'ente.	5	La proposta appare adeguata rispetto alla mission istituzionale. Loghi e precedenti strategie sono riportate adeguatamente.	0,6
CARATTERISTICHE TECNICHE E ORGANIZZATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI: punti 15				
B.1 - Efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo.	Efficienza, efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo proposto rispetto alle esigenze del capitolato.	15	In merito alle esigenze di capitolato, il modello organizzativo presentato risulta estremamente dettagliato e preciso. Buona la descrizione del workflow, molto coerente con le tempistiche indicate.	0,8
ORGANIZZAZIONE ED ESPERIENZA PROFESSIONALE ACQUISITA: punti 20				
C.1 - Grado di interesse delle maggiori esperienze pregresse.	Sarà considerato e valutato il curriculum aziendale rispetto alle esigenze della stazione appaltante, con particolare riferimento alle esperienze pregresse in servizi similari, svolti negli ultimi 5 anni.	5	Le esperienze pregresse presentate sono di alto livello, talvolta non pienamente coerenti con il settore e il contesto oggetto del bando.	0,6
C.2 - Figure professionali impiegate nelle attività del gruppo di lavoro	Idoneità delle professionalità impiegate nel gruppo di lavoro, in relazione alla realizzazione del servizio richiesto.	15	Le figure professionali componenti il gruppo di lavoro risultano di alto livello. Molto forte il bagaglio di esperienze pregresse per ciascuna anche se in ambiti diversi rispetto allo specifico settore oggetto del bando di gara. Il gruppo di lavoro costituito è solido e adeguato.	0,6
PROPOSTE MIGLIORATIVE: punti 5				
D.1 - Proposte migliorative	Saranno valutate le proposte migliorative che qualificano ulteriormente il servizio richiesto, in termini di quantità offerte e di qualità delle proposte aggiuntive rispetto ai servizi minimi richiesti da capitolato.	5	Non sono presenti proposte migliorative.	0
Totale		80		

VALUTAZIONE DELLA OFFERTA TECNICA				Gstrategy s.r.l.s.
COERENZA TECNICA DELLA SOLUZIONE PROPOSTA PUNTI 40				Punteggio
CRITERI DI VALUTAZIONE	PARAMETRI	PESO	VALUTAZIONE	Membro n. 3
A1 - Relazione illustrativa del progetto creativo di una campagna di comunicazione, contenente lo sviluppo del concept e la descrizione delle declinazioni attuative.	Saranno valutate la qualità della proposta creativa e la completezza ed esaustività della proposta strategica.	30	La proposta dell'operatore non convince in maniera incisiva in quanto il claim è troppo lungo e poco impattante, tra l'altro anche non innovativo. Il riferimento in premessa con la campagna pubblicitaria adottata dalla Regione Umbria non esplicita prodotti di comunicazione che presentano un analogo storytelling. I contenuti degli spot e gli script video presentano elementi narrativi di stampo tradizionale.	0,2
A.2 - Originalità della proposta creativa.	Saranno valutate l'originalità e la competitività dell'idea creativa rispetto alle tendenze contemporanee del settore turistico, anche in relazione agli scenari nazionale ed internazionale.	5	La proposta mantiene uno standard comunicativo tradizionale non offrendo soluzioni particolarmente innovative.	0
A.3 - Coerenza con la mission istituzionale dell'Agenzia.	Saranno valutate la corrispondenza delle proposte creative in relazione alla natura istituzionale dell'ente.	5	La proposta è adeguata alla mission istituzionale dell'Agenzia. Corretto risulta il posizionamento dei loghi istituzionali rispettandone grafica e ordine di rappresentazione.	0,6
CARATTERISTICHE TECNICHE E ORGANIZZATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI: punti 15				
B.1 - Efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo.	Efficienza, efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo proposto rispetto alle esigenze del capitolato.	15	Il modello organizzativo è descritto in maniera dettagliata. Le azioni e le tempistiche sono definite in modo preciso.	0,6
ORGANIZZAZIONE ED ESPERIENZA PROFESSIONALE ACQUISITA: punti 20				
C.1 - Grado di interesse delle maggiori esperienze pregresse.	Sarà considerato e valutato il curriculum aziendale rispetto alle esigenze della stazione appaltante, con particolare riferimento alle esperienze pregresse in servizi similari, svolti negli ultimi 5 anni.	5	Le esperienze pregresse presentate sono di buon livello, ma non del tutto corrispondenti ai servizi richiesti.	0,4
C.2 - Figure professionali impiegate nelle attività del gruppo di lavoro	Idoneità delle professionalità impiegate nel gruppo di lavoro, in relazione alla realizzazione del servizio richiesto.	15	Le figure professionali componenti il gruppo di lavoro risultano di alto livello. Alcune di esse rivelano capacità e abilità nel settore della comunicazione di particolare spessore.	0,6
PROPOSTE MIGLIORATIVE: punti 5				
D.1 - Proposte migliorative	Saranno valutate le proposte migliorative che qualificano ulteriormente il servizio richiesto, in termini di quantità offerte e di qualità delle proposte aggiuntive rispetto ai servizi minimi richiesti da capitolato.	5	Non sono presenti proposte migliorative.	0
Totale		80		

VALUTAZIONE DELLA OFFERTA TECNICA				Kidea s.r.l.
COERENZA TECNICA DELLA SOLUZIONE PROPOSTA PUNTI 40				Punteggio
CRITERI DI VALUTAZIONE	PARAMETRI	PESO	VALUTAZIONE	Membro n. 1
A.1 - Relazione illustrativa del progetto creativo di una campagna di comunicazione, contenente lo sviluppo del concept e la descrizione delle declinazioni attuative.	Saranno valutate la qualità della proposta creativa e la completezza ed esaustività della proposta strategica.	30	La premessa e lo scenario partono da dati adeguatamente solidi come quelli di GFK sinottica e presentano dei target sui quali concentrarsi maggiormente. Lo sviluppo del concept è adeguatamente rappresentato attraverso una descrizione della campagna multisoggetto che tocca quattro aree tematiche adeguate ma non sufficienti a rappresentare il turismo in Campania. È presente anche una bodycopy di approfondimento che esplicita e razionalizza il claim. L'idea della "scoperta" che emerge dal concept è adeguata al brief di una campagna che dovesse comunicare la possibilità di visitare la Campania tutto l'anno anche se non esplode completamente le possibilità di una comunicazione per la destagionalizzazione dei flussi turistici. Le declinazioni attuative stampa, social network, spot tv e radio sono da considerarsi "adeguate" agli obiettivi posti dall'agenzia nel suo brief.	0,6
A.2 - Originalità della proposta creativa.	Saranno valutate l'originalità e la competitività dell'idea creativa rispetto alle tendenze contemporanee del settore turistico, anche in relazione agli scenari nazionale ed internazionale.	5	La proposta creativa non presenta elementi di particolare originalità in relazione alle tendenze contemporanee del settore turistico proponendo una narrazione fotografica e paesaggistica ampiamente utilizzata in questi anni	0
A.3 - Coerenza con la mission istituzionale dell'Agenzia.	Saranno valutate la corrispondenza delle proposte creative in relazione alla natura istituzionale dell'ente.	5	La proposta è adeguatamente coerente con la mission istituzionale dell'agenzia, presenta i loghi correttamente all'interno delle declinazioni e rappresenta l'ente in maniera formalmente corretta	0,6
CARATTERISTICHE TECNICHE E ORGANIZZATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI: punti 15				
B.1 - Efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo.	Efficienza, efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo proposto rispetto alle esigenze del capitolato.	15	Il modello organizzativo è scarsamente illustrato nella proposta tecnica, ma è raccontato in maniera didascalica attraverso il gruppo di lavoro	0,6
ORGANIZZAZIONE ED ESPERIENZA PROFESSIONALE ACQUISITA: punti 20				
C.1 - Grado di interesse delle maggiori esperienze pregresse.	Sarà considerato e valutato il curriculum aziendale rispetto alle esigenze della stazione appaltante, con particolare riferimento alle esperienze pregresse in servizi similari, svolti negli ultimi 5 anni.	5	Le esperienze pregresse in servizi similari sono adeguate in particolare quelle con l'ente Regione Campania e con l'aeroporto internazionale di Napoli	0,8
C.2 - Figure professionali impiegate nelle attività del gruppo di lavoro	Idoneità delle professionalità impiegate nel gruppo di lavoro, in relazione alla realizzazione del servizio richiesto.	15	Dalla disamina dei curricula dei componenti del team di progetto e di realizzazione emergono esperienze prevalenti in ambiti inerenti alla comunicazione creativa, anche in esplicita area turistica. Dai curricula si rilevano ricorrenti esperienze e competenze di produzione e servizi digitali di comunicazione.	0,6
PROPOSTE MIGLIORATIVE: punti 5				
D.1 - Proposte migliorative	Saranno valutate le proposte migliorative che qualificano ulteriormente il servizio richiesto, in termini di quantità offerte e di qualità delle proposte aggiuntive rispetto ai servizi minimi richiesti da capitolato.	5	non emergono proposte migliorative	0
Totale		80		

VALUTAZIONE DELLA OFFERTA TECNICA				Kidea s.r.l.
COERENZA TECNICA DELLA SOLUZIONE PROPOSTA PUNTI 40				Punteggio
CRITERI DI VALUTAZIONE	PARAMETRI	PESO	VALUTAZIONE	Membro n. 3
A1 - Relazione illustrativa del progetto creativo di una campagna di comunicazione, contenente lo sviluppo del concept e la descrizione delle declinazioni attuative.	Saranno valutate la qualità della proposta creativa e la completezza ed esaustività della proposta strategica.	30	La proposta, complessivamente adeguata rispetto a quanto richiesto dal bando di gara, mette in luce una buona conoscenza dello scenario attuale e delle esigenze connesse al settore turistico. Si evince un uso sapiente delle rilevazioni statistiche principali per il settore e una capacità di declinazione del dato al contesto campano e alle sue esigenze specifiche. Partendo da una presentazione dei target di riferimento, si definisce una proposta dal concept chiaro e lineare che tuttavia manca di note di originalità. In particolare, viene messo in secondo piano il parametro esperienziale e del vissuto che costituisce parte integrante della narrazione proposta. Si racconta la Campania per luoghi e non per vissuti, soggetti, sensazioni. Usando la scoperta come parametro di lettura della campagna presentata, ci si sarebbe attesi una maggiore attenzione ad elementi non pienamente attinenti allo stereotipo narrativo che accompagna l'immagine della Regione, seppure la scelta presentata fa leva su elementi di riconoscibilità di rilievo. Se il claim è forte, la proposta visual andrebbe ricalibrata con maggiore coerenza. Adeguata la declinazione dei materiali per i diversi canali di diffusione; suggestivo lo script radio. Questi elementi chiariscono una certa sensibilità narrativa che diventa centrale come elemento innovativo della proposta presentata, che tuttavia necessita di maggiore	0,8
A.2 - Originalità della proposta creativa.	Saranno valutate l'originalità e la competitività dell'idea creativa rispetto alle tendenze contemporanee del settore turistico, anche in relazione agli scenari nazionale ed internazionale.	5	Non sono presenti nella proposta presentata elementi di originalità spiccati. Si riprendono stereotipi noti e non si evince un legame a proposte comunicative di tendenza nel panorama internazionale.	0
A.3 - Coerenza con la mission istituzionale dell'Agenzia.	Saranno valutate la corrispondenza delle proposte creative in relazione alla natura istituzionale dell'ente.	5	La proposta mostra una adeguata attinenza alla mission istituzionale, presenta adeguatamente l'Ente e ne mantiene gli elementi di riconoscibilità.	0,6
CARATTERISTICHE TECNICHE E ORGANIZZATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI: punti 15				
B.1 - Efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo.	Efficienza, efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo proposto rispetto alle esigenze del capitolato.	15	Rispetto alle esigenze del capitolato, il modello organizzativo presentato risulta un po' didascalico ma preciso. Le figure da coinvolgere sono adeguatamente dettagliate e sono precisati i compiti per ciascuna.	0,6
ORGANIZZAZIONE ED ESPERIENZA PROFESSIONALE ACQUISITA: punti 20				
C.1 - Grado di interesse delle maggiori esperienze pregresse.	Sarà considerato e valutato il curriculum aziendale rispetto alle esigenze della stazione appaltante, con particolare riferimento alle esperienze pregresse in servizi similari, svolti negli ultimi 5 anni.	5	Le esperienze pregresse presentate si legano al contesto, al settore e alle esigenze del bando, risultano coerenti e adeguatamente selezionate.	0,6
C.2 - Figure professionali impiegate nelle attività del gruppo di lavoro	Idoneità delle professionalità impiegate nel gruppo di lavoro, in relazione alla realizzazione del servizio richiesto.	15	I cv allegati risultano di buono spessore. Adeguate le figure professionali rispetto alle esperienze pregresse soprattutto per le esperienze maturate in relazione a comunicazione pubblica ed istituzionale, così come per le esperienze maturate anche in ambiti diversi. Il gruppo di lavoro complessivamente si presenta forte, idoneamente costruito e promettente.	0,6
PROPOSTE MIGLIORATIVE: punti 5				
D.1 - Proposte migliorative	Saranno valutate le proposte migliorative che qualificano ulteriormente il servizio richiesto, in termini di quantità offerte e di qualità delle proposte aggiuntive rispetto ai servizi minimi richiesti da capitolato.	5	Non sono presenti proposte migliorative.	0
Totale		80		

VALUTAZIONE DELLA OFFERTA TECNICA				Kidea s.r.l.
COERENZA TECNICA DELLA SOLUZIONE PROPOSTA PUNTI 40				Punteggio
CRITERI DI VALUTAZIONE	PARAMETRI	PESO	VALUTAZIONE	Membro n. 3
A1 - Relazione illustrativa del progetto creativo di una campagna di comunicazione, contenente lo sviluppo del concept e la descrizione delle declinazioni attuative.	Saranno valutate la qualità della proposta creativa e la completezza ed esaustività della proposta strategica.	30	La proposta presentata non riveste caratteri innovativi ma mette in evidenza le caratteristiche di codici di comunicazione efficaci per organizzare dei prodotti pubblicitari adeguati alle esigenze della committenza. Lo slogan proposto ben si adatta a comunicare un'offerta turistica fruibile nell'intero arco dell'anno in quanto gli scenari che la regione esprime possono suggestionare i turisti in qualsiasi momento. La proposta di spot e la declinazione sui diversi canali è basica e semplificata non raggiungendo del tutto l'obiettivo comunicativo proposto. Gli elementi stilizzati, per quanto creino quel senso di continuità e riconoscibilità perseguito, sono scarsamente efficaci.	0,8
A.2 - Originalità della proposta creativa.	Saranno valutate l'originalità e la competitività dell'idea creativa rispetto alle tendenze contemporanee del settore turistico, anche in relazione agli scenari nazionale ed internazionale.	5	La proposta manca di elementi di originalità. I prodotti descritti risentono di codici comunicativi obsoleti e già diffusi in precedenti azioni di comunicazione.	0
A.3 - Coerenza con la mission istituzionale dell'Agenzia.	Saranno valutate la corrispondenza delle proposte creative in relazione alla natura istituzionale dell'ente.	5	La proposta è adeguata alla mission istituzionale dell'Agenzia. Corretto risulta il posizionamento dei loghi istituzionali rispettandone grafica e ordine di rappresentazione.	0,6
CARATTERISTICHE TECNICHE E ORGANIZZATIVE E QUALITATIVE DEI SERVIZI: punti 15				
B.1 - Efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo.	Efficienza, efficacia ed adeguatezza del modello organizzativo proposto rispetto alle esigenze del capitolato.	15	Il modello organizzativo risulta articolato in modo schematico ma attinente alle richieste del bando.	0,6
ORGANIZZAZIONE ED ESPERIENZA PROFESSIONALE ACQUISITA: punti 20				
C.1 - Grado di interesse delle maggiori esperienze pregresse.	Sarà considerato e valutato il curriculum aziendale rispetto alle esigenze della stazione appaltante, con particolare riferimento alle esperienze pregresse in servizi similari, svolti negli ultimi 5 anni.	5	Le esperienze pregresse presentate si legano al contesto, al settore e alle esigenze del bando, risultano coerenti e adeguatamente selezionate.	0,6
C.2 - Figure professionali impiegate nelle attività del gruppo di lavoro	Idoneità delle professionalità impiegate nel gruppo di lavoro, in relazione alla realizzazione del servizio richiesto.	15	Le esperienze professionali del gruppo di lavoro proposto che si rilevano dai CV sono considerate soddisfacenti e adeguate alle richieste del bando.	0,6
PROPOSTE MIGLIORATIVE: punti 5				
D.1 - Proposte migliorative	Saranno valutate le proposte migliorative che qualificano ulteriormente il servizio richiesto, in termini di quantità offerte e di qualità delle proposte aggiuntive rispetto ai servizi minimi richiesti da capitolato.	5	Non sono presenti proposte migliorative.	0
Totale		80		

