

AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI COMUNICAZIONEPREVISTO DAL PIANO REGIONALE GIOCO D’AZZARDO PATOLOGICO									
ALLEGATO AL VERBALE TECNICO DEL 09/06/2020									
ALLEGATO D_ CRITERI DI VALUTAZIONE DELLE OFFERTE						VALUTAZIONE OFFERTE			
N° criterio	Criterio di valutazione	Sub - criteri di valutazione	Modalità di applicazione del punteggio (Vedasi il documento"Metodologie di applicazione dei criteri di valutazione")	Punteggio sub criteri di valutazione	Punteggio massimo attribuibile	VALUTAZIONE CREATIVA IMPRESA DI COMUNICAZIONE	NOTE	VALUTAZIONE ALFREDO SCRIVANI	NOTE
1	<u>Proposta metodologica ed operativa</u>	Efficacia della metodologia proposta	C	9	14	1,8	vengono esposti gli strumenti di collaborazione con il committente - Giudizio: Sufficiente (coefficiente 0,20)	3,6	alla collaborazione con l'amministrazione committente si aggiungono alcuni strumenti atti a esprimere al meglio l'efficacia del messaggio della campagna di comunicazione - Giudizio: Discreto (coefficiente 0,40)
		Miglioramento tempistiche di esecuzione del servizio	B	5		0	non presenta offerta migliorativa in relazione alle tempistiche	5	come da capitolato, prevede la consegna del materiale divulgativo cartaceo (locandine, brochure, opuscoli) in massimo 30 giorni dalla consegna da parte del committente dei contenuti definitivi approvati; mentre per l'espletamento dei restanti servizi fa riferimento a massimo 20 giorni dalla consegna da parte del committente dei contenuti definitivi approvati.
2	<u>Efficacia della struttura del messaggio</u>	Spot	C	6	18	1,2	la proposta consiste nella presentazione di uno spot “pre-confezionato” per emittenti televisive e radiofoniche, con un obiettivo dichiaratamente più divulgativo che emozionale - Giudizio: Sufficiente (coefficiente 0,20)	4,8	indica gli obiettivi dello spot (attrarre l’attenzione del target utenza attraverso l’uso di un incisivo storytelling, che susciti domande, curiosità ed emozioni che aumentino la riconoscibilità dei sintomi), con indicazioni generali sui contenuti e un preciso riferimento al GAP e ai Ser.D di ATS Sardegna - Giudizio: Distinto (coefficiente 0,80)
		Materiale grafico	C	6		1,2	presenta una descrizione dettagliata del materiale grafico, con sufficienti garanzie di raggiungimento del risultato - Giudizio: Sufficiente (coefficiente 0,20)	2,4	presenta uno slogan perfettamente in linea con gli atti di gara, nonché una descrizione dettagliata del materiale grafico. Precisa che il logo della campagna di comunicazione sarà concordato con la committenza - Giudizio: Discreto (coefficiente 0,40)
		App per smartphone	C	6		3,6	è presente un'indicazione dettagliata della App e delle funzioni in essa contenute - Giudizio: Buono (coefficiente 0,60)	1,2	la proposta opta per una descrizione sintetica dei contenuti della App - Giudizio: Sufficiente (coefficiente 0,20)
3	<u>Scelta dei mezzi di comunicazione per lo spot</u>	Modalità di valutazione di audience, affollamento pubblicitario, tariffe e formati	C	5	20	5	è presente l'indicazione delle due emittenti televisive e delle 2 potenziali emittenti radiofoniche a copertura regionale, le quali – in base a uno studio citato nella proposta in esame, risultano essere quelle maggiormente premiate dai dati di ascolto (audience) - Giudizio ottimo (+ 1)	5	indica le emittenti televisive certificate dall'Auditel (società a responsabilità limitata, nonché organismo a controllo incrociato che riunisce tutte le componenti del mercato televisivo); indica una potenziale emittente radiofonica a copertura regionale; presenta, inoltre, l'indicazione del format e la compatibilità degli spot con i format dei social network - Giudizio ottimo (+ 1)
		Numero di emittenti televisive locali, aggiuntive rispetto a quanto previsto in CSA	B	5		5	Entrambe le proposte propongono la messa in onda dello spot in una ulteriore potenziale emittente televisiva a copertura regionale.	5	Entrambe le proposte propongono la messa in onda dello spot in una ulteriore potenziale emittente televisiva a copertura regionale.

		Durata temporale della messa in onda	B	5		5	Entrambe le proposte propongono la messa in onda dello spot in 10 giorni.	5	Entrambe le proposte propongono la messa in onda dello spot in 10 giorni.
		Numero di passaggi giornalieri o settimanali	B	5		5	indica 268 passaggi per un totale di 28 spot giornalieri	5	indica 270 passaggi per un totale di 26 spot al giorno.
4	<u>Strumenti di automisurazione dei feedback e monitoraggio dei risultati</u>	Strumenti di automisurazione dei feedback e monitoraggio dei risultati	C	6	6	1,2	descrizione degli strumenti utilizzati per la misurazione dei feedback e il monitoraggio dei risultati - Giudizio: Sufficiente (coefficiente 0,20)	2,4	presenta un piano più dettagliato e maggiormente rispondente agli obiettivi della committenza - Giudizio: Discreto (coefficiente 0,40)
5	<u>Composizione team dedicato, profili professionali ed esperienza:</u> Il concorrente dovrà fornire informazioni in merito all'organizzazione del team di lavoro proposto, ai profili professionali e alle esperienze del personale dedicato al progetto	Esperienza e profili professionali del team dedicato	C	4	10	1,6	è presente una descrizione dettagliata del team dedicato, con indicazione precisa delle esperienze pregresse - Giudizio: Discreto (coefficiente 0,40)	0,8	opta per una presentazione decisamente più sintetica - Giudizio: Sufficiente (coefficiente 0,20)
		Numero di operatori dedicati all'espletamento del servizio	C	3		0,6	indica il numero degli operatori dedicati, precisando che metterà a disposizione del progetto GAP 9 operatori senior + 1 operatore junior - Giudizio: sufficiente (coefficiente 0,20)	0,6	elenca le figure professionali coinvolte - Giudizio: sufficiente (coefficiente 0,20)
		Modalità di organizzazione del team dedicato	C	3		0,6	fornisce indicazioni relativamente al personale impegnato, già precedentemente esposte; alcune informazioni complementari si ritengono non rilevanti per la committenza - Giudizio: sufficiente (coefficiente 0,20)	0,6	descrive l'organizzazione col sistema del project management - Giudizio: sufficiente (coefficiente 0,20)
6	<u>Eventuali offerte migliorative del servizio offerto</u>	Eventuali offerte migliorative del servizio offerto	C	2	2	0,8	La Proposta prevede:  • Video marketing: sviluppo progettuale e realizzazione di n. 3 pillole video da 30" da utilizzare sui social in fase di promozione dell'evento (soggetti: gratta e vinci, slot, scommesse online) • Supporto Social media: affiancamento al team ATS nella programmazione dei post su Facebook, compreso il supporto grafico per tutta la durata della campagna (6 mesi) • Email marketing: invio di 1 messaggio DEM per lancio della campagna dedicato agli operatori del settore, dalla nostra piattaforma di proprietà con account personalizzato per il progetto GAP, sino a 30.000 spedizioni, con DB da voi fornito e in linea con le disposizioni GDPR. • Creazione di un annuncio stampa "base" per favorire la pubblicazione su quotidiani e periodici, in due formati (verticale e orizzontale) • Attivazione QRcode: creazione e inserimento di QR Code sui diversi strumenti che lo consentiranno, con link alle pagine specifiche del sito o al video, per rendere più completa l'informazione. Giudizio: Discreto (coefficiente 0,40)	1,6	La Proposta 2 prevede: • Realizzazione sito internet Modello di Relazione Tecnica 6 • Passaggio su terza emittente televisiva • Uscita su quarto di pagina su quotidiano a copertura regionale • Creazione pagine social network (Facebook e Instagram) • Gestione delle pagine social network (Facebook e Instagram) con creazione e pubblicazione di n. 2 contenuti (post) a settimana per n. 3 mesi. • Presenza costante in loco atta a garantire una collaborazione continuativa col team dedicato al gioco d'azzardo patologico. Giudizio: Distinto (coefficiente 0,80)
TOTALE GENERALE					70	32,6		43	
			Punteggio riparametrato			53,07		70	