

VERBALE DEI LAVORI DELLA COMMISSIONE DI AGGIUDICAZIONE

OGGETTO: Procedura aperta per l'affidamento del servizio di ideazione e progettazione di un piano di comunicazione integrata a supporto del programma di mandato e dei progetti del Comune di Reggio Emilia 2021-2024; CIG: 892583473A, CPV:79340000-9 - Servizi pubblicitari e di marketing;

L'anno 2021 il giorno 16 del mese di Novembre alle ore 9.45 mediante la piattaforma telematica di SATER Rif. PI317041-21, c/o la Sede del Servizio Appalti e Contratti in Reggio Emilia, via San Pietro Martire 3 si riunisce la Commissione giudicatrice, nominata con determinazione n. 1852/2021 dal Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città del Comune di Reggio Emilia nelle persone di:

- Maurizio Battini (A) – Presidente — Direttore Generale del Comune di Reggio Emilia;
- Nicoletta Levi (B) – Membro esperto – Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città, dipendente del Comune di Reggio Emilia;
- Chiara Piacentini (C) – Membro esperto – Funzionario fuori area, dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Silvia Signorelli – segretario verbalizzante – dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Il Presidente, dichiarata assenza di cause ostative e insussistenza di conflitti di interessi ad assumere il ruolo di componenti della commissione rispetto ai partecipanti da parte di tutti i componenti stessi Presidente incluso, procede all'apertura delle offerte tecniche pervenute e ammesse alla procedura di gara dalla Stazione Appaltante che sono le seguenti (d'ora innanzi identificati anche solo con lettera d'ordine):

- A) E.R.I.C.A. Soc. Coop.;
- B) PIRENE S.R.L.;
- C) AUIKI S.R.L.;
- D) MR. WATSON S.R.L.;
- E) MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.;
- F) INDUSTREE S.R.L.;

che risultano regolari, pertanto i concorrenti sono ammessi alle fasi successive della gara e la Commissione procede alla valutazione delle offerte tecniche che prosegue sino alle ore 11.50 quando il Presidente sospende temporaneamente la seduta, che viene aggiornata alle ore 12.30 del medesimo giorno e che si conclude alle ore 14.00 aggiornandola alle ore 13.00 del 17 Novembre 2021.

Letto, approvato e sottoscritto:

IL PRESIDENTE I MEMBRI ESPERTI

(A) Maurizio Battini (B) Nicoletta Levi (C) Chiara Piacentini

SEGRETARIO VERBALIZZANTE

Silvia Signorelli

VERBALE DEI LAVORI DELLA COMMISSIONE DI AGGIUDICAZIONE

OGGETTO: Procedura aperta per l'affidamento del servizio di ideazione e progettazione di un piano di comunicazione integrata a supporto del programma di mandato e dei progetti del Comune di Reggio Emilia 2021-2024; CIG: 892583473A, CPV:79340000-9 - Servizi pubblicitari e di marketing:

L'anno 2021 il giorno 17 del mese di Novembre 2021 alle ore 13.00 mediante la piattaforma telematica di SATER Rif. PI317041-21, c/o la Sede del Servizio Appalti e Contratti in Reggio Emilia, via San Pietro Martire 3 si riunisce la Commissione giudicatrice, nominata con determinazione n. 1852/2021 dal Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città del Comune di Reggio Emilia nelle persone di:

- Maurizio Battini (A) – Presidente – Direttore Generale del Comune di Reggio Emilia;
- Nicoletta Levi (B) – Membro esperto – Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città, dipendente del Comune di Reggio Emilia;
- Chiara Piacentini (C) – Membro esperto – Funzionario fuori area, dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Alberto Prampolini – segretario verbalizzante – Dirigente del Servizio Appalti e Contratti, dipendente del Comune di Reggio Emilia;




Il Presidente, dichiarata assenza di cause ostative e insussistenza di conflitti di interessi ad assumere il ruolo di componenti della commissione rispetto ai partecipanti da parte di tutti i componenti stessi Presidente incluso, prosegue con l'analisi delle offerte tecniche pervenute e ammesse alla procedura di gara dalla Stazione Appaltante che sono le seguenti (d'ora innanzi identificati anche solo con lettera d'ordine):

- A) E.R.I.C.A. Soc. Coop.;
- B) PIRENE S.R.L.;
- C) AUIKI S.R.L.;
- D) MR. WATSON S.R.L.;
- E) MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.;
- F) INDUSTREE S.R.L.;

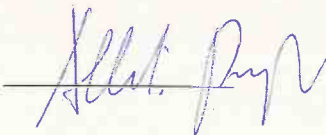
La suddetta valutazione delle offerte tecniche prosegue sino alle ore 15.00 quando il Presidente chiude la seduta aggiornandola alle ore 9.30 del 22 Novembre 2021.

Letto, approvato e sottoscritto:

IL PRESIDENTE I MEMBRI ESPERTI

(A)  (B)  (C) 

SEGRETARIO VERBALIZZANTE



VERBALE DEI LAVORI DELLA COMMISSIONE DI AGGIUDICAZIONE

OGGETTO: Procedura aperta per l'affidamento del servizio di ideazione e progettazione di un piano di comunicazione integrata a supporto del programma di mandato e dei progetti del Comune di Reggio Emilia 2021-2024; CIG: 892583473A, CPV:79340000-9 - Servizi pubblicitari e di marketing;

L'anno 2021 il giorno 22 del mese di Novembre alle ore 9.30 mediante la piattaforma telematica di SATER Rif. PI317041-21, c/o la Sede del Servizio Appalti e Contratti in Reggio Emilia, via San Pietro Martire 3 si riunisce la Commissione giudicatrice, nominata con determinazione n. 1852/2021 dal Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città del Comune di Reggio Emilia nelle persone di:

- Maurizio Battini (A) – Presidente — Direttore Generale del Comune di Reggio Emilia;
- Nicoletta Levi (B) – Membro esperto – Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città, dipendente del Comune di Reggio Emilia;
- Chiara Piacentini (C) – Membro esperto – Funzionario fuori area, dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Silvia Signorelli – segretario verbalizzante – dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Il Presidente, dichiarata assenza di cause ostative e insussistenza di conflitti di interessi ad assumere il ruolo di componenti della commissione rispetto ai partecipanti da parte di tutti i componenti stessi Presidente incluso, prosegue con l'analisi delle offerte tecniche pervenute e ammesse alla procedura di gara dalla Stazione Appaltante che sono le seguenti (d'ora innanzi identificati anche solo con lettera d'ordine):

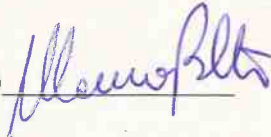
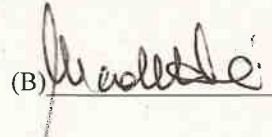
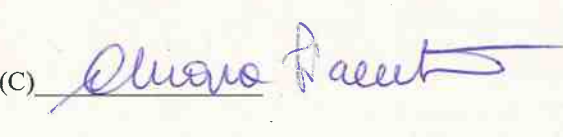
- A) E.R.I.C.A. Soc. Coop.;
- B) PIRENE S.R.L.;
- C) AUIKI S.R.L.;
- D) MR. WATSON S.R.L.;
- E) MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.;
- F) INDUSTREE S.R.L.;

La suddetta **valutazione** delle offerte tecniche prosegue sino alle ore 13.00 quando il Presidente chiude la seduta aggiornandola alle ore 12.30 del 29 Novembre 2021.

Letto, approvato e sottoscritto:

IL PRESIDENTE

I MEMBRI ESPERTI

(A)  (B)  (C) 

SEGRETARIO VERBALIZZANTE



VERBALE DEI LAVORI DELLA COMMISSIONE DI AGGIUDICAZIONE

OGGETTO: Procedura aperta per l'affidamento del servizio di ideazione e progettazione di un piano di comunicazione integrata a supporto del programma di mandato e dei progetti del Comune di Reggio Emilia 2021-2024; CIG: 892583473A, CPV:79340000-9 - Servizi pubblicitari e di marketing:

L'anno 2021 il giorno 29 del mese di Novembre alle ore 12.30 mediante la piattaforma telematica di SATER Rif. PI317041-21, c/o la Sede del Servizio Appalti e Contratti in Reggio Emilia, via San Pietro Martire 3 si riunisce la Commissione giudicatrice, nominata con determinazione n. 1852/2021 dal Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città del Comune di Reggio Emilia nelle persone di:

- Maurizio Battini (A) – Presidente – Direttore Generale del Comune di Reggio Emilia;
- Nicoletta Levi (B) – Membro esperto – Dirigente del Servizio Comunicazione e relazioni con la città, dipendente del Comune di Reggio Emilia;
- Chiara Piacentini (C) – Membro esperto – Funzionario fuori area, dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Silvia Signorelli – segretario verbalizzante – dipendente del Comune di Reggio Emilia;

Il Presidente, dichiarata assenza di cause ostative e insussistenza di conflitti di interessi ad assumere il ruolo di componenti della commissione rispetto ai partecipanti da parte di tutti i componenti stessi Presidente incluso, prosegue con l'analisi delle offerte tecniche pervenute e ammesse alla procedura di gara dalla Stazione Appaltante che sono le seguenti (d'ora innanzi identificati anche solo con lettera d'ordine):

- G) E.R.I.C.A. Soc. Coop.;
- H) PIRENE S.R.L.;
- I) AUIKI S.R.L.;
- J) MR. WATSON S.R.L.;
- K) MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.;
- L) INDUSTREE S.R.L.;

La suddetta valutazione delle offerte tecniche, si conclude con la seguente valutazione ex Modello OEV, assunta all'unanimità da tutti i componenti della commissione con riferimento ai singoli criteri sommariamente richiamati:

Sub-criterio	Concorrente	Coeff. - Valutazione	Punteggio
A. Composizione team: eterogeneità del team di lavoro, con particolare riferimento alla presenza anche di giovani professionisti e con rispetto delle pari opportunità uomo-donna	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,6 – team ristretto, buona eterogeneità, non c'è riferimento alla struttura organizzativa.	1,80/3





B. Esperienza dell'operatore economico: capacità tecnica e professionale, desunta dal portafoglio progetti, con particolare riferimento a progetti analoghi a quello oggetto della presente procedura e alla collaborazione con pubbliche amministrazioni	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,5 - Portafoglio prodotti poco qualificato e esperienza con amministrazioni pubbliche non particolarmente significative od ampie	3,50/7
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C1. copy strategy Efficacia e coerenza della copy strategy, intese come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi di comunicazione indicati e di declinare le azioni in rapporto alle caratteristiche dei destinatari	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,5 - La proposta della partecipazione dei cittadini e stakeholders non è facilmente praticabile né corretta nel momento della conclusione dei due mandati amministrativi; copy strategy insufficiente a rappresentare la complessità del DUP	12,50/25
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C2. altri strumenti integrativi al piano mezzi Innovatività e coerenza, in relazione agli obiettivi e ai target dichiarati, degli strumenti proposti dall'agenzia (vedi punto 2.3 del paragrafo "Piano mezzi" del brief) e integrazione di questi mezzi rispetto agli	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,6 – Gli strumenti integrativi proposti sono standard	6/10

strumenti dati dal committente (vedi punti 2.1 e 2.2. del paragrafo "Piano mezzi" del brief)			
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C3. layout grafico Creatività e originalità della proposta grafica declinata su un'affissione formato 280x200 per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,5 - proposta poco creativa e tendenzialmente un po' ingenua rispetto al contesto di Reggio; bodycopy non efficace e di scarsa leggibilità, dovendo interpretare la call to action	7,50/15
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C4. concept video Coerenza ed efficacia comunicativa del concept video per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,6 - proposta corretta, coerente ma non particolarmente innovativa	9/15
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C5. concept format tv Efficacia comunicativa del format tv che racconti alla città le politiche e i	E.R.I.C.A. Soc. Coop.	0,6 - proposta molto classica, due conduttori, un referente dell'amministrazione, cittadini	9/15

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized signature at the top, a signature with a long horizontal stroke in the middle, and several initials at the bottom.

progetti dell'Amministrazione comunale			
--	--	--	--

Sub-criterio	Concorrente	Coeff. - Valutazione	Punteggio
A. Composizione team: eterogeneità del team di lavoro, con particolare riferimento alla presenza anche di giovani professionisti e con rispetto delle pari opportunità uomo-donna	PIRENE S.R.L.	0,6 – team molto nutrito, CV altisonanti, elenco massivo e didascalico di 18 professionalità, senza alcun riferimento alla struttura organizzativa e al gruppo di progetto	1,80/3
B. Esperienza dell'operatore economico: capacità tecnica e professionale, desunta dal portafoglio progetti, con particolare riferimento a progetti analoghi a quello oggetto della presente procedura e alla collaborazione con pubbliche amministrazioni	PIRENE S.R.L.	0,6 – esposizione massiva di collaborazioni dalle quali non si riesce ad evincere la qualità dei servizi resi ai clienti; non emerge esperienza nella gestione di programmi di comunicazione complessi e duraturi nel tempo	4,20/7
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C1. copy strategy Efficacia e coerenza della copy strategy, intese come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi di comunicazione indicati e di declinare le azioni in rapporto alle caratteristiche dei destinatari	PIRENE S.R.L.	0,3 - La copy strategy non individua le scelte strategiche di comunicazione ma definisce le sole procedure e pare una mera illustrazione manualistica degli strumenti maggiormente in uso. Il focus sul turismo lo si ritiene non coerente con la richiesta	7,50/25
C. Qualità e coerenza		0,3 – Esposizione molto manualistica di un	3/10

<p>complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C2. altri strumenti integrativi al piano mezzi</p> <p>Innovatività e coerenza, in relazione agli obiettivi e ai target dichiarati, degli strumenti proposti dall'agenzia (vedi punto 2.3 del paragrafo "Piano mezzi" del brief) e integrazione di questi mezzi rispetto agli strumenti dati dal committente (vedi punti 2.1.e 2.2. del paragrafo "Piano mezzi" del brief)</p>	<p>PIRENE S.R.L.</p>	<p>numero esorbitante di strumenti, che certamente non sono coerenti con la proposta economica: non percorribile</p>	
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C3. layout grafico</p> <p>Creatività e originalità della proposta grafica declinata su un affissione formato 280x200 per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"</p>	<p>PIRENE S.R.L.</p>	<p>0,2 - concept errato, rappresenta un contesto non coerente con la transizione ecologica, non efficace e fuori tema. Campagna scorretta nell'headline e nel visual</p>	<p>3/15</p>
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C4. concept video</p> <p>Coerenza ed efficacia comunicativa del concept</p>	<p>PIRENE S.R.L.</p>	<p>0,4 - proposta banale, troppo generica e poco aderente alla realtà di Reggio Emilia</p>	<p>6/15</p>

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized signature at the top, a circular mark in the middle, and several other initials at the bottom.

video per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"			
--	--	--	--

C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.	PIRENE S.R.L.	0,2 - proposta non coerente con le richieste, che doveva essere un format televisivo da inserire nei palinsesti locali	3/15
C5. concept format tv Efficacia comunicativa del format tv che racconti alla città le politiche e i progetti dell'Amministrazione comunale			

Sub-criterio	Concorrente	Coeff. - Valutazione	Punteggio
A. Composizione team: eterogeneità del team di lavoro, con particolare riferimento alla presenza anche di giovani professionisti e con rispetto delle pari opportunità uomo-donna	AUIKI S.R.L.	0,7 – Buona eterogeneità delle professionalità e buona proposta del modello organizzativo in relazione con l'Amministrazione Comunale	2,10/3
B. Esperienza dell'operatore economico: capacità tecnica e professionale, desunta dal portafoglio progetti, con particolare riferimento a progetti analoghi a quello oggetto della presente procedura e alla collaborazione con pubbliche amministrazioni	AUIKI S.R.L.	0,8 - Il portafoglio progetti rappresenta una buona qualità dei progetti realizzati e mostra una esperienza significativa nel rapporto con le amministrazioni pubbliche	5,60/7
C. Qualità e coerenza complessiva della		0,9 - La copy strategy è ottima e perfettamente coerente con gli obiettivi di	22,50/25






<p>proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C1. copy strategy</p> <p>Efficacia e coerenza della copy strategy, intese come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi di comunicazione indicati e di declinare le azioni in rapporto alle</p>	<p>AUIKI S.R.L.</p>	<p>comunicazione, affronta la complessità dei temi di politica pubblica, la scelta di posizionamento è molto efficace e creativa e consente le declinazioni nei singoli filoni degli strumenti individuati. Si considera efficace e particolarmente innovativo e creativo l'utilizzo abbinato di foto e grafica nel visual degli strumenti</p>	
<p>caratteristiche dei destinatari</p>			
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C2. altri strumenti integrativi al piano mezzi</p> <p>Innovatività e coerenza, in relazione agli obiettivi e ai target dichiarati, degli strumenti proposti dall'agenzia (vedi punto 2.3 del paragrafo "Piano mezzi" del brief) e integrazione di questi mezzi rispetto agli strumenti dati dal committente (vedi punti 2.1.e 2.2. del paragrafo "Piano mezzi" del brief)</p>	<p>AUIKI S.R.L.</p>	<p>0,7 - Gli strumenti integrativi proposti sono interessanti, coerenti ed innovativi.</p>	<p>7/10</p>
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C3. layout grafico</p> <p>Creatività e originalità della proposta grafica declinata su un</p>	<p>AUIKI S.R.L.</p>	<p>0,8 - coerente con la copy strategy proposta. Visual: sintesi interessante tra realtà e immaginazione</p>	<p>12/15</p>

affissione formato 280x200 per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"			
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C4. concept video Coerenza ed efficacia comunicativa del concept video per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"	AUIKI S.R.L.	0,8 - coerente con la copy strategy proposta. Interessante l'inserimento della proposta grafica che rinforza la coerenza con la copy strategy proposta	12/15

C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C5. concept format tv Efficacia comunicativa del format tv che racconti alla città le politiche e i progetti dell'Amministrazione comunale	AUIKI S.R.L.	0,7 - mix tra dimensione tradizionale e innovazione, in coerenza con la proposta e con gli stili televisivi utilizzati anche dalla tv.	10,50/15
--	--------------	---	----------

Sub-criterio	Concorrente	Coeff. - Valutazione	Punteggio
A. Composizione team: eterogeneità del team di lavoro, con particolare riferimento alla presenza anche di giovani professionisti e con rispetto delle pari opportunità uomo-donna	MR. WATSON S.R.L.	0,8 – team numeroso e ben delineato nell'organizzazione ed eterogeneo nelle competenze e professionalità proposte	2,4/3

ff

Q

A

B

B. Esperienza dell'operatore economico: capacità tecnica e professionale, desunta dal portafoglio progetti, con particolare riferimento a progetti analoghi a quello oggetto della presente procedura e alla collaborazione con pubbliche amministrazioni	MR. WATSON S.R.L	0,9 - Portafoglio clienti di tutto rispetto, emerge una esperienza di una campagna simile per complessità e durata	6,30/7
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C1. copy strategy Efficacia e coerenza della copy strategy, intese come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi di comunicazione indicati e di declinare le azioni in rapporto alle caratteristiche dei destinatari	MR. WATSON S.R.L	0,75 - La proposta è coerente; la scelta creativa del messaggio chiave è buona e può essere declinata nei singoli filoni degli strumenti proposti	18,75/25
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C2. altri strumenti integrativi al piano mezzi Innovatività e coerenza, in relazione agli obiettivi e ai target dichiarati, degli strumenti proposti dall'agenzia (vedi punto 2.3 del paragrafo "Piano mezzi" del brief) e	MR. WATSON S.R.L	0,7 - Gli strumenti integrativi proposti sono interessanti, coerenti ed innovativi. Non si considera fattibile l'ipotesi di urban center	7/10

integrazione di questi mezzi rispetto agli strumenti dati dal committente (vedi punti 2.1.e 2.2. del paragrafo "Piano mezzi" del brief)			
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C3. layout grafico Creatività e originalità della proposta grafica declinata su un'affissione formato 280x200 per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"	MR. WATSON S.R.L.	0,85 - coerente con la copy strategy proposta. Il visual rappresenta coerentemente i risultati conseguiti dall'Amministrazione	12,75/15
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C4. concept video Coerenza ed efficacia comunicativa del concept video per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"	MR. WATSON S.R.L.	0,6 - proposta corretta, coerente, ma non particolarmente innovativa	9/15

C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C5. concept format tv Efficacia comunicativa del format tv che racconti alla	MR. WATSON S.R.L.	0,5 - L'approccio territoriale di quartiere appare poco sinergico con la strategia complessiva del piano e quindi meno efficace. Da segnalare la proposta della crossmedialità	7,50/15
---	-------------------	--	---------

18 CP
B
18

città le politiche e i progetti dell'Amministrazione comunale			
---	--	--	--

Sub-criterio	Concorrente	Coeff. - Valutazione	Punteggio
A. Composizione team: eterogeneità del team di lavoro, con particolare riferimento alla presenza anche di giovani professionisti e con rispetto delle pari opportunità uomo-donna	MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.	0,8 – team numeroso e ben delineato nell'organizzazione ed eterogeneo nelle competenze e professionalità proposte	2,40/3
B. Esperienza dell'operatore economico: capacità tecnica e professionale, desunta dal portafoglio progetti, con particolare riferimento a progetti analoghi a quello oggetto della presente procedura e alla collaborazione con pubbliche amministrazioni	MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.	0,9 - Nel portafoglio clienti dichiarato si evince la capacità di portare avanti progetti complessi ed integrati	6,30/7
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C1. copy strategy Efficacia e coerenza della copy strategy, intese come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi di comunicazione indicati e di declinare le azioni in rapporto alle caratteristiche dei destinatari	MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.	0,6 - La proposta di copy strategy, per quanto interessante ed originale, presenta rischi di bassa efficacia quanto a capacità di penetrazione nei diversi target e pare poco coerente con le caratteristiche della città e l'operato complessivo dell'Amministrazione.	15/25

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several smaller initials below it.

<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C2. altri strumenti integrativi al piano mezzi</p> <p>Innovatività e coerenza, in relazione agli obiettivi e ai target dichiarati, degli strumenti proposti dall'agenzia (vedi punto 2.3 del paragrafo "Piano mezzi" del brief) e integrazione di questi mezzi rispetto agli strumenti dati dal committente (vedi punti 2.1 e 2.2. del paragrafo "Piano mezzi" del brief)</p>	<p>MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.</p>	<p>0,7 - Gli strumenti integrativi proposti sono interessanti, coerenti ed innovativi.</p>	<p>7/10</p>
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C3. layout grafico</p> <p>Creatività e originalità della proposta grafica declinata su un affissione formato 280x200 per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"</p>	<p>MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.</p>	<p>0,6 – la campagna non rappresenta completamente ed esaustivamente gli obiettivi e i temi dell'Amministrazione</p>	<p>9/15</p>
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C4. concept video</p> <p>Coerenza ed efficacia comunicativa del</p>	<p>MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.</p>	<p>0,5 - proposta non aderente al contesto di Reggio Emilia e poco efficace per la sua genericità</p>	<p>7,50/15</p>






concept video per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"			
--	--	--	--

C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.	MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.	0,7 - format coerente con la strategia complessiva, ben dosata nelle parti proposte. Interessante lo spazio dato a punti di vista differenti	10,50/15
C5. concept format tv Efficacia comunicativa del format tv che racconti alla città le politiche e i progetti dell'Amministrazione comunale			

Sub-criterio	Concorrente	Coeff. - Valutazione	Punteggio
A. Composizione team: eterogeneità del team di lavoro, con particolare riferimento alla presenza anche di giovani professionisti e con rispetto delle pari opportunità uomo-donna	INDUSTREE S.R.L.	0,70 – Buona eterogeneità delle professionalità e buona proposta del modello organizzativo nella relazione con l'Amministrazione Comunale	2,10/3
B. Esperienza dell'operatore economico: capacità tecnica e professionale, desunta dal portafoglio progetti, con particolare riferimento a progetti analoghi a quello oggetto della presente procedura e alla collaborazione con pubbliche amministrazioni	INDUSTREE S.R.L.	0,70 - Buon portafoglio clienti, le esperienze con le amministrazioni pubbliche presentate sono di tipo puntuale piuttosto che complesse e di lungo periodo	4,90/7






<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C1. copy strategy</p> <p>Efficacia e coerenza della copy strategy, intese come potenziale capacità di raggiungere gli obiettivi di comunicazione indicati e di declinare le azioni in rapporto alle caratteristiche dei destinatari</p>	<p>INDUSTREE S.R.L.</p>	<p>0,65 - la proposta di copy strategy è interessante e piuttosto ambiziosa, ma rischia di essere fuorviante nel messaggio perché sceglie una parola che sfiora la presunzione, con il rischio di eccessiva autoreferenzialità circa le capacità dell'amministrazione</p>	<p>16,25/25</p>
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C2. altri strumenti integrativi al piano mezzi</p> <p>Innovatività e coerenza, in relazione agli obiettivi e ai target dichiarati, degli strumenti proposti dall'agenzia (vedi punto 2.3 del paragrafo "Piano mezzi" del brief) e integrazione di questi mezzi rispetto agli strumenti dati dal committente (vedi punti 2.1.e 2.2. del paragrafo "Piano mezzi" del brief)</p>	<p>INDUSTREE S.R.L.</p>	<p>0,70 - Gli strumenti integrativi proposti sono interessanti, coerenti ed innovativi.</p>	<p>7/10</p>
<p>C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione.</p> <p>C3. layout grafico</p> <p>Creatività e originalità</p>	<p>INDUSTREE S.R.L.</p>	<p>0,70 - campagna coerente con la copy strategy proposta, però senza particolare capacità innovativa</p>	<p>10,50/15</p>

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized signature, a circular stamp-like mark, and the letters 'IB'.

della proposta grafica declinata su un'affissione formato 280x200 per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"			
C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C4. concept video Coerenza ed efficacia comunicativa del concept video per la promozione della linea strategica 3 del DUP "Città della transizione ecologica"	INDUSTREE S.R.L.	0,70 – la proposta di concept è corretta e coerente con la copy strategy proposta	10,50/15

C. Qualità e coerenza complessiva della proposta in rapporto agli obiettivi di politica pubblica e di comunicazione. C5. concept format tv Efficacia comunicativa del format tv che racconti alla città le politiche e i progetti dell'Amministrazione comunale	INDUSTREE S.R.L.	0,60 - format coerente con la strategia complessiva, proposta equilibrata nella scansione delle parti. Da segnalare la proposta della crossmedialità	9/15
---	------------------	--	------

che determina l'assegnazione dei seguenti punteggi che sono inseriti all'interno della piattaforma, anche rispetto al :

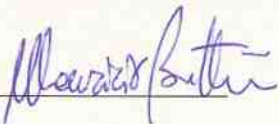
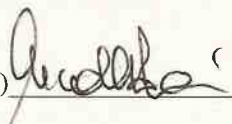

	Concorrente	Punteggio offerta tecnica	Punteggio riparametrato
	ERICA Soc. Coop.	49,30/90	61,89/90
	PIRENE S.R.L.	28,50/90	35,78/90

	AUIKI S.R.L.	71,70/90	90/90
	MR. WATSON S.R.L	63,70/90	79,96/90
	MENEGHINI & ASSOCIATI S.R.L.	57,70/90	72,43/90
	INDUSTREE S.R.L.	60,25/90	75,63/90
			Pirene Srl non ammesso all'apertura offerta economica per mancato raggiungimento punteggio minimo (45/90)

e infine conclude la seduta all'ora risultante dalla piattaforma telematica e dispone l'inserimento del punteggio sulla piattaforma del mercato elettronico.

Letto, approvato e sottoscritto:

IL PRESIDENTE I MEMBRI ESPERTI

(A)  (B)  (C) 

SEGRETARIO VERBALIZZANTE



