

**Anlage 1: Allgemeine Angaben zur Marktforschung für die „Strategische Begleitung und Koordination der Kommunikation des Euregio-Museumsjahrs 2021“**

Die Inhalte dieses Dokuments dienen lediglich der Information und haben den Zweck einer vorherigen Marktforschung mit den interessierten Subjekten für die Feststellung der im Betreff genannten Dienstleistung.

**Art. 1 – Gegenstand des Auftrags**

Strategische Begleitung und Koordination der Kommunikation des Euregio-Museumsjahrs 2021.

**Art. 2 – Dauer des Dienstauftrags**

Der Auftrag gilt ab Beauftragung bis 31.03.2022.

Der Kampagnenzeitraum betrifft damit den Auftakt des Museumsjahres sowie das kontinuierliche „Grundrauschen“ im gesamten Zeitraum samt der Kommunikation zur Abschlussveranstaltung bzw. dem Ende des Projektes.

**Art. 3 – Ausgangslage und Ziele**

Die Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino wurde im Jahr 2011 als Europäischer Verbund für territoriale Zusammenarbeit (EVTZ) gegründet. Damit findet die jahrzehntelange Zusammenarbeit der Länder Tirol, Südtirol und Trentino nunmehr auch auf Basis einer gemeinsamen, europäischen Rechtsperson statt.

Der EVTZ hat im Arbeitsprogramm 2020 eigene interregionale Initiativen und Veranstaltungen aufgeführt, die auf Verantwortung und Rechnung des EVTZ durchgeführt werden („direkte Projekte“). Eines davon ist das sogenannte Projekt „Euregio-Museumsjahr 2021 (Volltitel: „Themenjahr Museen EUREGIO 2021 – „Transport – Transit – Mobilität“; Projektcode: 2020-D-017)“.

**Allegato 1: Caratteristiche generali per l'indagine di mercato relativa al “supporto strategico e coordinamento della comunicazione per l'Anno dei musei dell'Euregio 2021”**

I contenuti del presente documento hanno valore meramente informativo e sono finalizzati all'instaurazione di una consultazione preliminare di mercato con i soggetti interessati alla fornitura dei servizi in oggetto.

**Art. 1 – Oggetto del servizio**

Supporto strategico e coordinamento della comunicazione per l'Anno dei musei dell'Euregio 2021 in collaborazione con l'Euregio.

**Art. 2 – Durata del servizio**

Il servizio avrà durata dal momento dell'assegnazione al 31.03.2022.

La campagna di comunicazione comprenderà tutto il periodo di durata dell'anno dei musei, a partire dal suo avvio, e terminerà con le attività di comunicazione relative all'evento di finale e la contestuale del progetto.

**Art. 3 – Situazione di partenza e obiettivi**

Nell'anno 2011 l'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino è stato costituito quale Gruppo Europeo di Cooperazione Territoriale (GECT). La cooperazione transfrontaliera decennale tra i territori del Tirolo, dell'Alto Adige e del Trentino, con ciò si cementa anche sulla base di una comune personalità giuridica europea.

Il GECT “Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino” nel suo programma di lavoro 2020 ha elencato iniziative e manifestazioni interregionali proprie, che sono di responsabilità e a carico del GECT (“progetti diretti”), tra questi il progetto “Anno dei musei dell'Euregio 2021” (Titolo intero: “Anno tematico comune dei musei dell'Euregio 2021 – “Trasporti – Transit – Mobilità”; Codice di progetto: 2020-D-017)“.



Die Länder des EVTZ „Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino“ bilden einen Raum, der durch gemeinsame Geschichte und Kultur sowie durch gemeinsame Herausforderungen für die Zukunft geprägt ist. Ein wichtiges Anliegen der Europaregion ist es, durch Kooperationen in Kultur und Bildung das Bewusstsein der Gemeinsamkeiten zu stärken, die Begegnung zwischen den Menschen zu fördern und Anreize für den kulturellen Austausch zu schaffen. Ein Schwerpunkt dabei ist die Zusammenarbeit im Museumsbereich. Die Europaregion verfügt über eine lebendige und vielfältige Museumslandschaft. Die Museen sind nicht nur das Gedächtnis der Region, sondern sie greifen Themen auf, die für unsere Gegenwart und Zukunft relevant sind und fungieren damit als Motor für die Weiterentwicklung der Europaregion. Bereits seit 2010 veranstaltet die Europaregion jährlich einen Euregio-Museumstag, um den Austausch und die Vernetzung zwischen den Museen in der Region zu fördern.

Mit Beschluss Nr. 4/2019 vom 22. Mai 2019 hat der Vorstand des EVTZ für das Jahr 2021 ein gemeinsames Museumsjahr zum Thema „Transport – Transit – Mobilität“ ausgerufen und hierfür, mit Beschluss Nr. 19/2019 vom 25. September 2019, ein Zweijahresbudget von EUR 300.000 in Aussicht gestellt. Ebenfalls mit Beschluss Nr. 19/2019 vom 25. September 2019 hat der Vorstand des EVTZ eine entsprechende Förderausschreibung für Museumsprojekte initiiert. Infolge dieser Ausschreibung konnten etwa 10 Museumsprojekten der Europaregion eine Förderung zugesichert werden. Darüber hinaus bereiten einige weitere Museen, insbesondere große Museen der Länder, spezifische Projekte für das Themenjahr vor.

Das Museumsjahr und seine Aktivitäten sollen durch ein innovatives Marketing- und Kommunikationskonzept einer möglichst breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht werden.

Der geografische Fokus liegt dabei auf dem Einzugsgebiet der Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino. Primär Einheimische, sollen animiert werden, die Museen in der gesamten Europaregion kennenzulernen.

I tre territori del GECT “Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino” formano un’area caratterizzata da storia e cultura condivise e da sfide comuni per il futuro. L'Euregio dedica una particolare attenzione al rafforzamento del senso di comunanza attraverso la cooperazione nel campo della cultura e dell'educazione, alla promozione dell'incontro tra le persone e alla creazione di incentivi per lo scambio culturale. Uno dei punti focali è la cooperazione nel settore museale. L'Euregio ha un paesaggio museale vivace e diversificato. I musei non sono solo la memoria della regione, ma riprendono anche temi rilevanti per il nostro presente e il nostro futuro e quindi fungono da motore per l'ulteriore sviluppo dell'Euregio. Dal 2010 l'Euregio organizza ogni anno la Giornata dei Musei dell'Euregio per promuovere lo scambio e la creazione di reti museali tra i suoi territori.

Con deliberazione n. 4/2019 del 22 maggio 2019, la Giunta del GECT ha deciso di inaugurare nel 2021 l'anno comune dei musei sul tema "Trasporti - Transito - Mobilità" e, con deliberazione n. 19/2019 del 25 settembre 2019, ha proposto un budget biennale di 300.000 euro. Sempre con deliberazione n. 19/2019 del 25 settembre 2019, la Giunta del GECT ha lanciato un bando per progetti museali. In seguito alla pubblicazione del bando, ca. 10 progetti museali nell'Euregio potrebbero essere finanziati. Inoltre, diversi altri musei, in particolare i grandi musei dei tre territori, stanno preparando progetti specifici per l'anno tematico.

L'Anno dei Musei e le sue attività sono da far conoscere al più ampio pubblico possibile attraverso un innovativo concetto di marketing e comunicazione.

La copertura geografica si concentra sul bacino d'utenza dell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino. L'obiettivo è quello di incoraggiare innanzitutto la gente del posto a conoscere i musei di tutta l'Euregio.





Neben der Öffentlichkeitswirksamkeit soll die Kampagne auch dazu dienen, bei den teilnehmenden Museen eine Bindung und Identifikation zum Museumsjahr und untereinander herzustellen.

Entsprechend dem inhaltlichen Rahmen des Museumsjahres sind insbesondere Maßnahmen zu entwickeln, die innovative Verkehrs- und Mobilitätsansätze integrieren. In diesem Zusammenhang sind Kooperationen mit den einzelnen Verkehrsverbänden und den Beobachtungsstellen des Brennerbasistunnels BBT anzustreben. Darüber hinaus werden Kooperationen mit anderen Mobilitätsanbietern (Carsharing, Rad und E-Bike-Anbieter, etc.) und mit Partnern aus dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsbereich angestrebt und folglich auch die Bewerbung über deren Kommunikationskanäle zu forcieren.

Eine Erhöhung der Medienpräsenz für die Projektinhalte und die beteiligten Protagonisten (Einzelpersonen, Organisationen und Institutionen) wird angestrebt. Insbesondere soll die Bedeutung von branchenübergreifender Zusammenarbeit zwischen Kulturinstitutionen, Mobilitätspartnern und Protagonisten im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit dargestellt werden.

#### **Art. 4 – Beschreibung der Leistung**

Für die Projektumsetzung wird folgende Leistung benötigt: Strategische Begleitung und Koordination der Kommunikation des Euregio-Museumsjahrs 2021 einschließlich:

- Konzeption und Durchführung einer Kommunikations- und Aktionskampagne zur Bewerbung des Museumsjahres und der unterschiedlichen Programmpunkte. Es sollen kreative und aktionsbezogene Maßnahmen unter Einbeziehung unterschiedlicher Kooperationspartner aus dem Bereich Verkehr, Transport, Mobilität, Umwelt und Nachhaltigkeit entwickelt werden.
- Entwicklung einer Medienstrategie: Vorschlag für Media-Mix und Schaltplan sowie Kostenangabe für die Umsetzung der Schaltungen. Es sind insbesondere Kooperationsmodelle zu entwickeln, die Inhalte auf redaktioneller Ebene platzieren und

Oltre all'effetto pubblicitario, la campagna intende anche creare un legame tra i musei partecipanti e un'identificazione con l'anno dei musei e tra di loro.

In conformità con il quadro contenutistico dell'anno museale, devono essere sviluppate, in particolare, misure che integrino approcci innovativi in materia di trasporto e mobilità. In questo contesto va ricercata la collaborazione con le singole associazioni di trasporto e gli osservatori della Galleria di Base del Brenner BBT. Inoltre, si cerca la collaborazione con altri fornitori di servizi di mobilità (car sharing, fornitori di biciclette e biciclette elettriche, ecc.) e con partner del settore ambientale e della sostenibilità e si promuove così il movimento anche attraverso i loro canali di comunicazione.

Si punta ad un aumento della presenza mediatica per i contenuti del progetto e per i protagonisti coinvolti (individui, organizzazioni e istituzioni). In particolare, sarà presentata l'importanza della cooperazione intersettoriale tra istituzioni culturali, partner di mobilità e protagonisti nel campo dell'ambiente e della sostenibilità.

#### **Art. 4 - Descrizione del servizio**

Per l'attuazione del progetto sono necessari i seguenti servizi: il monitoraggio strategico ed il coordinamento della comunicazione per l'Anno dei Musei dell'Euregio 2021, che comprendano:

- Concezione e realizzazione di una campagna comunicativa e operativa per promuovere l'anno dei musei e i vari punti del programma. Si dovranno sviluppare misure creative e orientate all'azione che coinvolgano diversi partner di cooperazione nei settori del traffico, dei trasporti, della mobilità, dell'ambiente e della sostenibilità.
- Sviluppo di una strategia mediatica: proposta sui diversi media da coinvolgere, un piano schematico e l'indicazione dei costi per la sua realizzazione. In particolare, dovranno essere sviluppati modelli di cooperazione, si dovranno





den inhaltlichen Fokus des Museumsjahres geschickt nützen.

- Interdisziplinäre, aktions- und contentaffine Maßnahmen: Das Museumsjahr, die beteiligten Museen und deren Angebote sollen mittels unterschiedlicher (cross-)medialer Formate vorgestellt und in den Fokus gerückt werden. Hierzu geeignete Formate vorzuschlagen obliegt der Agentur. Denkbar sind etwa:
  - o Videoclips über die einzelnen Museen
  - o Reportagen von Redakteuren aus den oben genannten Kooperationsfeldern
  - o Blog, Podcast oder andere digitale Formate, die regelmäßig mit Content (Audio, Video, Text) befüllt werden. Bitte geben Sie an, wie bzw. mit welchen Partnern Sie die Contentproduktion gewährleisten wollen.
  - o Socialmediastrategie und regelmäßige Bespielung der einschlägigen Kanäle (Editorial Schedule)
  - o Installationen/Interventionen an stark frequentierten Mobilitätsknotenpunkten
  - o etc.
- Logo/Key Visual (Abwandlung des Euregio-Logos für das Museumsjahr)
- Slogan
- Landingpage inkl. Verlinkungen auf bestehende Websites (z.B. Vergleichbar mit <https://historegio.europaregion.info/>)
- Online Bannerwerbung
- Social Media Anwendungen (Facebook, Instagram, Twitter, Blog, usw.) einschließlich der Abwägung, ob eigene Kanäle eingerichtet oder bestehende (z.B. [www.facebook.com/europaregion.info](http://www.facebook.com/europaregion.info)) genutzt werden sollen
- Print-Material (z.B. Einladungen, Programmhefte, Anzeigen, Veranstaltungsankünder (A0), Plakate Sammelpass, usw.)
- Displays (z.B. Roll-ups, Hintergrundwand, Beachflags, Transparente, etc.) und Bühnenbranding
- Aufbau von Kooperationen (z.B. Medien, Institutionen, NGOs, Vereine, etc.) in allen drei Landesteilen

pubblicare contenuti editoriali e si dovrà sfruttare appieno il focus contenutistico dell'anno museale.

- Misure interdisciplinari contenutistiche e operative: L'anno dei musei, i musei partecipanti e le loro offerte devono essere presentati e messi a fuoco attraverso diversi formati (cross-) media. L'agenzia ha il compito di proporre formati adeguati. Sono ipotizzabili, ad esempio:
  - o Videoclip sui singoli musei
  - o Reportage di editori dei suddetti settori di cooperazione
  - o Blog, podcast o altri formati digitali i cui contenuti vengano aggiornati periodicamente (audio, video, testo). Si prega di indicare come o con quali partner si desidera garantire la produzione di contenuti.
  - o Strategia social media e utilizzo regolare dei relativi canali (editorial schedule)
  - o Installazioni/interventi presso nodi di mobilità molto frequentati
  - o ecc.
- Logo/Key Visual (modifica del logo Euregio per l'anno del museo)
- Slogan
- Landingpage incl. link a siti web esistenti (ad es. paragonabile a <https://historegio.europaregion.info/>)
- Pubblicità online
- Gestione dei social media (Facebook, Instagram, Twitter, Blog, ecc.), compresa la possibilità di creare canali propri o di utilizzare quelli esistenti (ad es. [www.facebook.com/europaregion.info](http://www.facebook.com/europaregion.info))
- Materiale stampato (ad es. inviti, opuscoli del programma, pubblicità, annunci di eventi (A0), manifesti Sammelpass, ecc.)
- Espositori (ad es. roll-up, pannelli di sfondo, banner, striscioni ecc. e stage branding)
- Istituzione di cooperazioni (ad es. media, istituzioni, ONG, associazioni, ecc.) in tutti e tre i territori

Die Gestaltung der Vorschläge soll mit den

La struttura delle proposte deve essere compatibile





bestehenden Corporate Design-Richtlinien der Europaregion kompatibel sein. Das Corporate Design-Handbuch der Europaregion wird auf Anfrage gerne zur Verfügung gestellt.

Im Rahmen der Ausübung der vorgenannten Tätigkeiten sind diverse Treffen am Sitz des EVTZ mit sachverständigen Mitarbeitern/Innen vorgesehen.

Für genannte Leistungen steht ein Gesamtbudget von maximal EUR 39.900 zur Verfügung.

Nicht Teil der gegenständlichen Marktforschung sind die Buchung von Einschaltungen und die Beauftragung von Schaltungen in Medien sowie der Anfertigung von Produktionen durch Dritte für PR-Maßnahmen (z.B. Ankauf von Displays) im Rahmen der Kampagne (ca. 100.000-140.000 EUR) sowie die Kosten für die Auftakt- und Schlussveranstaltungen (vorgesehenes Budget: EUR 60.000-100.000 EUR), die im Rahmen der Kommunikationsstrategie jedenfalls mitzudenken sind.

#### **Art. 5 – Mindestvoraussetzungen**

Außer den im GvD Nr. 50/2016 vorgesehenen Voraussetzungen sind folgende Mindestvoraussetzungen in Bezug auf fachspezifische Fähigkeiten erforderlich:

- Fachliche Qualifikation in Kultur und Bildungsthemen (Konzeption und Contenterstellung);
- Sprachkenntnisse Deutsch und Italienisch;
- Kenntnisse der regionalen Besonderheiten.

Von Vorteil sind darüber hinaus Kenntnisse im Bereich Mobilität und Transport sowie Erfahrung mit grenzüberschreitenden Kampagnen im mehrsprachigen Kontext.

#### **Art. 6 - Unveränderlichkeit der Preise**

Die Preise, welche bei der etwaigen Zuschlagserteilung fixiert werden, bleiben für die gesamte Dauer des Dienstes unverändert und müssen mitsamt aller Aufwände exklusive MwSt. sein. Die genannten Preise müssen außerdem alle Kosten beinhalten, die zusammen mit dem Dienst entstehen

con le linee guida esistenti in materia di corporate design dell'Euregio. Il Corporate Design Handbook dell'Euregio sarà disponibile su richiesta.

Nell'ambito dello svolgimento delle attività di cui sopra sono previsti interventi, personali e/o con collaboratori esperti, presso la sede del GECT.

Per i servizi di cui sopra è disponibile un budget totale massimo di 39.900 EUR.

La presente ricerca di mercato non comprende la prenotazione di inserzioni pubblicitarie e la commissione di annunci nei media e la realizzazione di prodotti da parte di terzi, né la realizzazione di attività di PR (ad es. acquisto di espositori) nell'ambito della campagna (circa 100.000-140.000 EUR) e i costi per il lancio e la chiusura degli eventi (budget previsto: 60.000-100.000 EUR), che devono essere considerate nell'ambito della strategia di comunicazione.

#### **Art. 5 - Requisiti minimi**

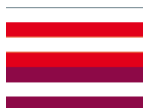
Oltre ai requisiti obbligatori di cui al D.lgs. n. 50/2016, sono richiesti i seguenti requisiti tecnici e professionali minimi:

- qualifica professionale in ambito culturale e della formazione (concezione e rappresentazione di contenuti);
- conoscenza delle lingue tedesco e italiano;
- conoscenza delle caratteristiche regionali.

Rappresenta un vantaggio la conoscenza del settore della mobilità e del trasporto, così come esperienze pregresse nell'ambito della creazione di campagne transnazionali in un contesto plurilingue.

#### **Art. 6 - Invariabilità dei prezzi**

I prezzi, fissati all'atto dell'eventuale aggiudicazione, rimarranno invariati per tutta la durata complessiva del servizio e dovranno essere comprensivi di tutti gli oneri, con esclusione dell'IVA. I suddetti prezzi dovranno, inoltre, essere comprensivi di tutti gli oneri concernenti il servizio





(wie z. B. Postspesen, Telefon, Fahrtspesen, Eintrittskarten, usw.). Diese Kosten gehen zu Lasten der Auftragnehmer.

#### **Art. 7 – Etwaiger Unterauftrag**

Wenn der Wirtschaftsteilnehmer beabsichtigt, sollte er den Auftrag für die vergabegegenständlichen Leistungen erhalten, gemäß Artikel 105 GvD Nr. 50/2016 und gemäß den Vorgaben der Ausschreibungsunterlagen einen Unterauftrag an geeignete Unternehmen mit der gesetzlich geforderten Qualifizierung für folgende Leistungen zu vergeben, muss er folgendes erklären:

- Teile der Leistung, die untervergeben werden;
- dass allen obgenannten Bedingungen für die Erfüllung der Teilnahmeanforderungen Rechnung getragen wurde;
- dass der Wirtschaftsteilnehmer sich im Falle von Teilverträgen, die keine Unteraufträge gemäß Art. 105 Abs. 3 Buchst. c/bis GvD Nr. 50/2016 darstellen, verpflichtet, die entsprechenden, vor der Angebotsabgabe oder vor der Bestätigung des Kostenvoranschlages unterzeichneten kontinuierlichen Kooperations-, Dienstleistungs- und Lieferverträge bei Unterzeichnung des Auftragsschreibens bei der Vergabestelle zu hinterlegen.

#### **Art. 8 – Zahlungsmodalität**

Die Öffentlichen Verwaltungen (darunter auch der EVTZ „Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino“) können nur mehr Rechnungen annehmen, die im EDV-Format gemäß Ministerialdekret Nr. 55 vom 3.4.2013 (technische Hinweise unter [www.fatturapa.gov.it](http://www.fatturapa.gov.it)) auf dem elektronischen Weg eingehen, mit Ausnahme der Rechnungen, die von den Zuschlagsempfängern mit Sitz außerhalb Italiens ausgestellt werden.

Seit Anfang Juli 2017 unterliegt auch der EVTZ „Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino“ den Bestimmungen des „Split-Payment“. Ab 14. Juli 2018 wird laut L.D. 87 vom 12. Juli 2018 der split payment nicht mehr auf die Rechnungen von Freiberuflern sowie auf alle Rechnungen, auf welche ein Steuerabzug für Irpef oder Ires (Steuerabzug bzw.

(come, ad esempio, spese postali, telefoniche, spese di viaggio, biglietti di ingresso, ecc.), che devono, pertanto intendersi a carico dell'aggiudicatario.

#### **Art. 7 – Eventuale Subappalto**

Se ai sensi e per gli effetti dell'art. 105 del D.Lgs. n. 50/2016, nonché di quanto prescritto nella documentazione, l'operatore economico concorrente, qualora risultasse affidatario dell'incarico indicato in oggetto, intendesse subappaltare ad imprese idonee e qualificate ai sensi di legge, deve dichiarare:

- le parti della Parti della prestazione che si intende subappaltare
- che tutte le summenzionate condizioni sono state tenute in considerazione ai fini del possesso dei requisiti di partecipazione;
- che nel caso di sub-contratti non costituenti subappalto ai sensi dell'art. 105, comma 3, lettera c-bis, D.Lgs. n. 50/2016, l'operatore economico si impegna a depositare presso la stazione appaltante, contestualmente alla sottoscrizione della lettera d'incarico, i relativi contratti continuativi di cooperazione, servizio e/o fornitura sottoscritti in epoca anteriore alla presentazione dell'offerta a portale ovvero alla conferma del preventivo.

#### **Art. 8 – Modalità di pagamento**

Il GECT “Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino” rientra tra gli organismi per i quali il Decreto Ministeriale 55/2013 ha fissato l'obbligo di fatturazione elettronica, pertanto può ricevere unicamente fatture elettroniche conformi alle specifiche tecniche reperibili sul sito [www.fatturapa.gov.it](http://www.fatturapa.gov.it), con la sola eccezione delle fatture emesse da aggiudicatari con sede fuori dal territorio italiano.

A partire da luglio 2017 anche il GECT “Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino” è soggetto all'applicazione della relativa norma sullo “Split-Payment” (scissione dei pagamenti IVA). A partire dal 14 luglio 2018, per effetto del D.L. 87 del 12 luglio 2018 non si applica più il regime dello split payment per le fatture emesse da professionisti e





Vorsteuerabzug) getätigt wird, angewendet.

#### **Art. 9 – Auswahl und Zuschlagskriterien**

Das zwölfköpfige Auswahlgremium setzt sich aus der Steuerungsgruppe des Euregio Museumsjahrs sowie jeweils einem/er Vertreter/in der Presseabteilungen der drei Euregioländer Tirol, Südtirol und Trentino zusammen.

Die Beurteilung erfolgt auf Basis und Gewichtung folgender Kriterien:

- 30% Preis;
- 50% Qualität (hiervon 20% Kreativität; 15% Zielgruppenorientierung und 15 % Vernetzung, Strategie und Umsetzbarkeit);
- 20% Referenzen.

per tutte le fatture ove sia applicata ritenuta fiscale ai fini Irpef o Ires (d'acconto o d'imposta).

#### **Art. 9 – Selezione e criteri di valutazione**

Un gruppo di dodici membri, composto dal comitato direttivo dell'anno dei musei dell'Euregio e da un rappresentante di ciascuno degli uffici stampa dei tre territori dell'Euregio, Tirol, Alto Adige e Trentino valuterà le proposte pervenute.

La valutazione dei preventivi pervenuti avverrà in base ai seguenti parametri:

- 30% prezzo;
- 50% qualità (di cui 20% creatività; 15% capacità di approcciarsi al gruppo target e 15% network, strategia e fattibilità);
- 20% referenze.

Bozen/Bolzano, 14.09.2020

