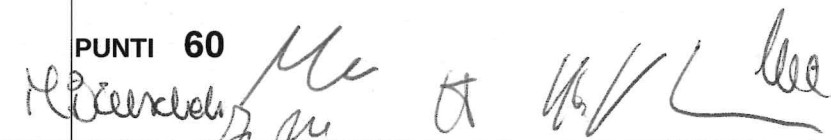
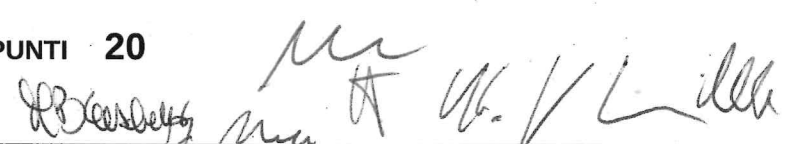
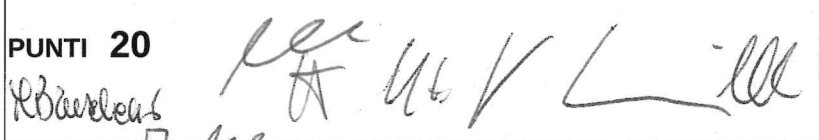
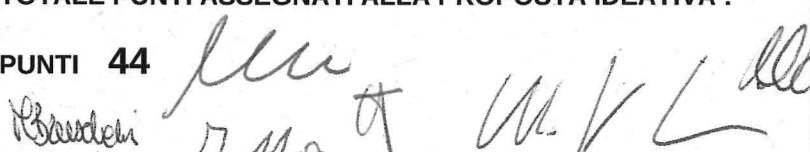


TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 1
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 18</p>
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 18</p>
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) .</p> <p>Punti assegnati : 12</p>
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 12</p>
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 60</p> 

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 2
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 6</p>
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 6</p>
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) .</p> <p>Punti assegnati : 4</p>
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 4</p>
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 20</p> 

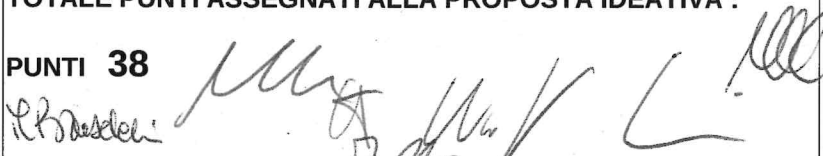
TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 3
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30 in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa. Punti assegnati : 6
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30 in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 6
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili. Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e-promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20 in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso). Punti assegnati : 4
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20 in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 4
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA : PUNTI 20 

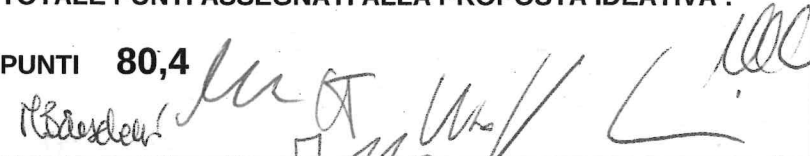
TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 4
Spazio fisico	<p>idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);</p>		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 24</p>
Sviluppo processo	<p>idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;</p>		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 18</p>
Tecnologie	<p>idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;</p>		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) .</p> <p>Punti assegnati : 12</p>
Contenuti racconto narrazione	<p>idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;</p>		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 12</p>
Place branding e comunicazione	<p>idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).</p>		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 66</p> <p><i>RB...</i> <i>D. Ma</i> <i>...</i> <i>...</i> <i>...</i> <i>...</i> <i>...</i></p>

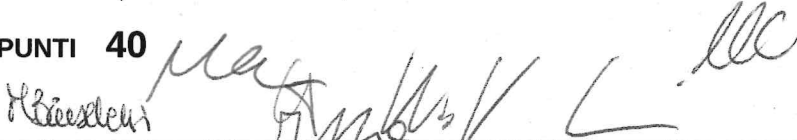
TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 5
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30 in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa. Punti assegnati : 18
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30 in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 18
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20 in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) . Punti assegnati : 4
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20 in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 4
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA : PUNTI 44 

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 6
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 18</p>
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 12</p>
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità del luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) .</p> <p>Punti assegnati : 4</p>
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 4</p>
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 38</p> <p><i>B. Baudelaire</i> <i>U. V. L.</i> <i>lll</i></p>

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 7
Spazio fisico	<p>idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);</p>		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 24</p>
Sviluppo processo	<p>idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;</p>		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 24</p>
Tecnologie	<p>idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili. Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e-promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;</p>		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso).</p> <p>Punti assegnati : 15,2</p>
Contenuti racconto narrazione	<p>idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;</p>		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 13,6</p>
Place branding e comunicazione	<p>idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).</p>		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 76,8</p> <p><i>Bianchi</i> <i>Max</i> <i>F. M.</i> <i>W.V.</i> <i>L.</i></p>

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 8
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 12</p>
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 18</p>
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) .</p> <p>Punti assegnati : 4</p>
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 4</p>
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 38</p> 

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 9
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30 in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa. Punti assegnati : 25.2
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30 in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 26.4
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità del luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20 in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) . Punti assegnati : 16
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20 in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 12,8
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA : PUNTI 80,4 

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 10
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30 in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa. Punti assegnati : 12
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30 in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 12
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili. Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e-promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20 in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso). Punti assegnati : 4
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20 in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 12
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA : PUNTI 40 

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 11
Spazio fisico	idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);		1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30 in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa. Punti assegnati : 26,4
Sviluppo processo	idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;		2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30 in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 24
Tecnologie	idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;		3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20 in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) . Punti assegnati : 14,4
Contenuti racconto narrazione	idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;		4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20 in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders. Punti assegnati : 19,2
Place branding e comunicazione	idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).		TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA : PUNTI 84 

TEMI	CHE LA PROPOSTA IDEATIVA DEVE SVILUPPARE		VALUTAZIONE PROPOSTA N. 12
Spazio fisico	<p>idee e proposte di azioni ed interventi fisici e di arredo nello spazio pubblico e nei luoghi privati che identifichino il KM in modo sinergico e coordinato, capaci di caratterizzare isicamente il percorso e lo spazio fisico del KM delle Meraviglie dal MART a Santa Maria in modo ben riconoscibile al visitatore (ad esempio illuminazione del percorso e dei luoghi, caratterizzazioni, installazioni di componenti di arredo, orienteering, etc.);</p>		<p>1. QUALITÀ' COMPLESSIVA DELLA PROPOSTA --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutata la qualità della proposta nel suo insieme, che dovrà essere accattivante e gradevole, innovativa, efficace nella valorizzazione del percorso, qualità degli elementi di spazio fisico, identificabilità del brand, inseribilità nel contesto urbano, capacità di coinvolgimento degli stakeholders; sarà valutata anche la chiarezza della proposta ideativa.</p> <p>Punti assegnati : 26,4</p>
Sviluppo processo	<p>idee e proposte per lo sviluppo di un processo collettivo di costruzione e racconto del KM delle Meraviglie in termini ad esempio di azioni per il coinvolgimento della comunità locale, di sviluppo di workshop tematici, di eventi ed iniziative di condivisione, etc. rivolti non solo agli operatori economici, ma anche ad enti, residenti ed organizzatori di eventi insistenti sul KM;</p>		<p>2. ATTINENZA AGLI OBIETTIVI --- max punti 30</p> <p>in particolare sarà valutato l'attinenza della proposta ideativa agli obiettivi art.2, l'efficacia nel creare un legame quale filo conduttore di un concept d'insieme, da rendere "visibile" al visitatore sia esso turista che residente, legando luoghi, edifici storici, attività economiche; verrà valutata la modalità di coniugazione dei diversi temi ed il coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 28,8</p>
Tecnologie	<p>idee e proposte per interagire con i frequentatori del KM delle Meraviglie, per incrementare la fruibilità dei luoghi del KM, per conoscere e approfondire i «luoghi» del KM non visibili/visitabili . Individuazione di nuove leve del marketing digitale (e-product, e-place, e- promotion) e di nuovi strumenti di comunicazione per dialogare con il visitatore e gli operatori commerciali ed i residenti sul percorso;</p>		<p>3. REALIZZABILITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare sarà valutata, in base alla relazione presentata, la realizzabilità della proposta ideativa quale possibilità di concretizzare quanto proposto anche per step successivi. Le proposte saranno valutate sotto il profilo dei costi economici e dei benefici sotto l'aspetto cultural-turistico. Sarà inoltre oggetto di valutazione la capacità di coinvolgimento degli stakeholders (operatori, residenti, frequentatori del percorso) .</p> <p>Punti assegnati : 17,6</p>
Contenuti racconto narrazione	<p>idee e proposte per i contenuti e il racconto e la narrazione del KM delle Meraviglie con diverse «soluzioni» narrative come ad esempio la scrittura, i video, la fotografia, etc;</p>		<p>4. ORIGINALITÀ' --- max punti 20</p> <p>in particolare la proposta sarà valutata in termini di originalità e creatività tecnica, rispetto anche ai tradizionali percorsi turistici, in termini di uso di nuovi strumenti di comunicazione e della facilità ed efficacia e loro impiego, di nuove modalità di coinvolgimento degli stakeholders.</p> <p>Punti assegnati : 16,8</p>
Place branding e comunicazione	<p>idee e proposte per un brand capace di caratterizzare il KM delle Meraviglie in grado di poter abbracciare i presidi storico-culturali, le botteghe e le diverse iniziative esistenti e nuove che si svolgono/si svolgeranno nel sito (in particolare non ci attende una mera promozione storico-culturale ma un' idea che metta a sistema quanto presente sul KM).</p>		<p>TOTALE PUNTI ASSEGNATI ALLA PROPOSTA IDEATIVA :</p> <p>PUNTI 89,6</p> 