



Atti 1.6.03/2023 - 82

Milano, 05.06.2023

PROCEDURA APERTA PER LA FORNITURA DI UN SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E FUNDRAISING PER LA REALIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLE CAMPAGNE: 5X1000, LASCITI E DONAZIONI PER UN PERIODO DI 36 MESI, EVENTUALMENTE RINNOVABILE PER ULTERIORI 24 MESI - CIG: 9706855E23

VERBALE n. 1 COMMISSIONE TECNICA DEL 5.06.2023

Premesso che

- con decreto del Direttore Generale n. 507 del 24.02.2023, è stata indetta procedura dalla Fondazione I.R.C.C.S. Ca' Granda Ospedale Maggiore Policlinico, per l'affidamento del servizio di comunicazione e fundraising per la realizzazione e promozione delle campagne: 5x1000, lasciti e donazioni per un periodo di 36 mesi, con aggiudicazione sulla base del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, come previsto dall'art. 95 c 6, del D Lgs. n. 50/2016, del medesimo decreto legislativo, riservandosi l'applicazione dell'art. 95, comma 12 dello stesso, qualora nessuna offerta risulti conveniente o idonea in relazione all'oggetto del contratto e l'aggiudicazione anche in presenza di una sola offerta valida;
- con decreto del Direttore Generale n. 1297 del 19.05.2023 sono stati nominati, ai sensi dell'art. 77 del d.lgs. n. 50/2016, i componenti della Commissione giudicatrice deputata alla valutazione delle caratteristiche tecnico/qualitative ed all'attribuzione dei conseguenti punteggi, ai fini dell'aggiudicazione del servizio di cui all'oggetto, come segue:
 - Dott. Pasquale Grossano, collaboratore tecnico professionale della SC Comunicazione - Ufficio Stampa, in qualità di Presidente verbalizzante;
 - Dott.ssa Federica Bonalumi, assistente amministrativo della SC Comunicazione, in qualità di commissario;
 - Dott.ssa Anna Molinari, collaboratore professionale ricerca sanitaria della SC Direzione Scientifica, in qualità di commissario;

La Commissione tecnica giudicatrice, perfettamente costituita, si riunisce in data 05.06.2023 alle ore 10.00 presso gli Uffici della SC Approvvigionamenti ed Economato.

In via preliminare, nell'accettare l'incarico conferito, il Presidente e gli altri componenti della Commissione giudicatrice dichiarano – ciascuno per sé stesso – l'insussistenza di ogni e qualsivoglia ragione di incompatibilità, di conflitto di interessi e di altri motivi comportanti l'obbligo di astensione dallo svolgimento dell'incarico. A tale scopo, il Presidente e gli altri componenti della Commissione giudicatrice sottoscrivono, nelle forme previste dal d.P.R. n. 445/2000, l'autodichiarazione in uso presso la Fondazione IRCCS e da conservarsi agli atti della procedura concorsuale.

La Commissione giudicatrice procede quindi nel richiamare i punteggi complessivamente stabiliti nella regola di gara e di seguito riportati:



"Tabella dei criteri discrezionali (D) di valutazione dell'offerta tecnica"

N°	CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI MAX		SUB-CRITERI DI VALUTAZIONE	PUNTI D MAX
1	Almeno 3 case histories per iniziative simili, con attenzione preferenziale all'ambito sanitario (specificando il ruolo svolto, le professionalità messe a disposizione, il valore della commessa e i risultati raggiunti)	20	1.1	Progettualità, creatività e continuità	20
2	Piano di progetto (modalità, tempistica e investimenti con riferimento ad ogni singola area di intervento e documentando le potenzialità delle soluzioni previste)	20	2.1	Metodologia di progetto	10
			2.2	Investimenti proposti	10
3	Gestione e implementazione del sistema di donor care	10	3.1	Analisi dati	7
			3.2	Gestione CRM	3
4	Strategia integrata	5	4.1	Ottimizzazione delle risorse e degli investimenti e del concept	5
5	Composizione team di progetto	5	5.1	Professionalità ed esperienza	5
6	Eventuali migliorie legate ai processi organizzativi	10	6.1	Impatto sull'organizzazione	5
			6.2	Capacità di attrarre sponsor e costruire relazioni	5
Totale		70			70

Il concorrente è escluso dalla gara nel caso in cui consegua un punteggio inferiore alla soglia minima di sbarramento pari a 42/70.



Metodo di attribuzione del coefficiente per il calcolo del punteggio dell'offerta tecnica

La valutazione afferente la "D" della fornitura verrà effettuata collegialmente da parte della Commissione Giudicatrice mediante l'attribuzione discrezionale per ogni singolo parametro dei suddetti elementi, di coefficienti variabili tra "0" e "1", in corrispondenza della performance minima o massima realizzata, secondo i criteri appresso indicati:

- Coefficiente 0:** in caso di "inesistenza", emergente dalla documentazione prodotta, di elementi atti a consentire la valutazione del parametro considerato;
- Coefficiente 0,25:** in relazione alle valutazioni espresse, debitamente motivate, dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "grave insufficienza"/"basso livello di performance" del requisito/funzione oggetto di valutazione;
- Coefficiente 0,35:** in relazione alle valutazioni espresse, debitamente motivate, dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "quasi sufficienza"/ "mediocre livello di performance" del requisito richiesto;
- Coefficiente 0,50:** in relazione alle valutazioni espresse, debitamente motivate, dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "sufficienza" del requisito richiesto;
- Coefficiente 0,65:** in relazione alle valutazioni espresse, debitamente motivate, dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "più che sufficienza" del requisito richiesto;
- Coefficiente 0,75:** in relazione alle valutazioni, debitamente motivate, espresse dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "discreta" rispondenza del requisito offerto rispetto a quello richiesto;
- Coefficiente 0,85:** in relazione alle valutazioni, debitamente motivate, espresse dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "buona" rispondenza del requisito offerto rispetto a quello richiesto;
- Coefficiente 1:** in relazione alle valutazioni, debitamente motivate, espresse dalla Commissione Giudicatrice sul parametro considerato, da cui discenda un giudizio di "ottima" rispondenza del requisito offerto rispetto a quello richiesto;

Il Presidente della Commissione tecnica procede come segue:





- lettura delle società ammesse e per le quali si dovrà procedere alla valutazione delle offerte tecniche, ossia delle società MAMMA MIA ADV SPA, CERNUTO PIZZIGONI & PARTNERS SRL, GIGASWEB SRL, MAZZMEDIA SRL, ATLANTIS COMPANY SRL, ARAGORN INITIATIVE SRL, DELIVERTI SRL, RES FREEDATA SRL e PIRENE SRL.
- lettura degli elementi inerenti la valutazione per l'attribuzione del punteggio tecnico, come esplicitato nel disciplinare di gara;
- lettura dei chiarimenti formulati dalla Stazione Appaltante e pubblicati su SinTel, contenenti i quesiti posti dagli O.E.
- lettura del capitolato speciale.

La Commissione tecnica dà avvio inoltre alla lettura del materiale delle offerte tecniche.

La commissione chiude la seduta alle ore 11.00.

I membri fissano la prossima seduta al giorno 19 giugno ore 10.00.

Visto, letto, confermato e sottoscritto.

I membri della Commissione tecnica

- Dott.ssa Anna Molinari
- Dott.ssa Federica Bonalumi
- Il Presidente verbalizzante (Dott. Pasquale Grossano)



Atti 1.6.03/2023 - 82

Milano, 19.06.2023

PROCEDURA APERTA PER LA FORNITURA DI UN SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E FUNDRAISING PER LA REALIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLE CAMPAGNE: 5X1000, LASCITI E DONAZIONI PER UN PERIODO DI 36 MESI, EVENTUALMENTE RINNOVABILE PER ULTERIORI 24 MESI - CIG: 9706855E23

VERBALE n. 2 COMMISSIONE TECNICA DEL 19.06.2023

Richiamato il verbale della prima seduta la Commissione Giudicatrice, perfettamente costituita, si riunisce per la seconda seduta, alle ore 10.00.

Primariamente la Commissione procede ad una lettura di tutte le relazioni tecniche al fine di verificare la presenza o meno di elementi in violazione dei documenti di gara o che possano determinare l'eventuale esclusione degli operatori economici interessati.

La Commissione rileva che:

- nella busta tecnica presentata da CERNUTO PIZZIGONI & PARTNERS SRL, la proponente indica in modo esplicito riferimenti all'offerta economica. In particolare, a pag. 139 dell'"Offerta Tecnica", la proponente descrive il "Dettaglio dei costi sui tre anni di attività" esplicitando nel piano di investimento per tutte le attività previste, precisi importi ed elementi economico – quantitativi, diversi dalla base d'asta e suggestivi di una potenziale corrispondenza con l'offerta economica presentata.

- nella busta tecnica presentata da ATLANTIS COMPANY SRL la proponente indica in modo esplicito riferimenti all'offerta economica. In particolare, a pagg. 107 e 108 dell'"Offerta Tecnica Completa", la proponente inserisce quella che essa stessa definisce "Offerta economica bando di gara" esplicitando nel piano di investimento per tutte le attività previste, precisi importi ed elementi economico – quantitativi, suggestivi di una potenziale corrispondenza con l'offerta economica presentata.

Premesso che:

1) all'ART. 16 - CONTENUTO DELLA BUSTA TELEMATICA "OFFERTA TECNICA" del Disciplinare è precisato che:

"(...) E' altresì richiesto il dettaglio dei costi suddivisi per:

- *quota parte dedicata alla consulenza strategica e operativa*
- *quota parte dedicata alla creatività*
- *quota parte riferita ai costi per gli investimenti e la produzione di contenuti/materiali*

La proposta deve porre in evidenza la capacità di proporre un piano di intervento e una strategia integrata che richiami agli obiettivi indicati all'art.1 del capitolato di gara".





2) l'art. 13.1. del Disciplinare di gara raccomanda *"la massima attenzione nell'inserire detti allegati nella sezione pertinente e, in particolare:*
- *di allegare i documenti richiesti;*
- **di non indicare o, comunque, di non fornire i dati dell'Offerta economica in sezioni diverse da quella relativa alla stessa, pena l'esclusione dalla procedura".**

3) in sintesi,

- la consolidata giurisprudenza del giudice amministrativo sul principio di separazione tra offerta tecnica ed offerta economica trae fondamento dall'obiettivo di evitare che elementi di valutazione di carattere automatico possano influenzare la valutazione degli elementi discrezionali: costituisce, con ciò, presidio all'attuazione dei principi di imparzialità e buon andamento dell'azione amministrativa, per garantire il lineare e libero svolgimento dell'iter che si conclude con il giudizio sull'offerta tecnica e l'attribuzione dei punteggi ai singoli criteri di valutazione.
- La conoscenza di elementi economici da parte della Commissione di gara, nella fase della valutazione dell'offerta tecnica, che precede quella di valutazione dell'offerta economica, appare di per sé idonea a determinare anche solo in astratto un condizionamento dell'operato della Commissione medesima, alterando o perlomeno rischiando potenzialmente di alterare la serenità e l'imparzialità dell'attività valutativa della Commissione stessa.
- È ammessa l'indicazione nell'offerta tecnica di alcuni elementi economici, resi necessari dagli elementi qualitativi da fornire, purché tali elementi economici non consentano di ricostruire la complessiva offerta economica o purché non venga anticipatamente reso noto il «prezzo» dell'appalto. (Si vedano ex multis: Sent. Consiglio di Stato, sez. V, 15.09.2022 n. 8011 e Sent. Consiglio di Stato 2.08.2021 n. 5645).

Ciò premesso, le ditte CERNUTO PIZZIGONI & PARTNERS SRL ed ATLANTIS COMPANY SRL hanno fornito alla Commissione Giudicatrice indicazioni sulle proprie offerte economiche tali da influenzarne il giudizio e in ogni caso ponendosi in contrasto con quanto stabilito dal Disciplinare di gara e dalla giurisprudenza richiamata.

La Commissione pertanto esclude le ditte CERNUTO PIZZIGONI & PARTNERS SRL ed ATLANTIS COMPANY SRL dalla valutazione tecnica delle rispettive proposte.

La Commissione procede poi a valutare le proposte di ADV ACTIVA SPA - MAMMA MIA ADV e ARAGORN INITIATIVE SRL e redige una scheda riepilogativa dei punteggi attribuiti a ciascuna proponente.

Ogni punteggio viene debitamente motivato come da tabella allegata.

La Commissione conclude la riunione alle 13.00, e aggiorna la seduta al 27 giugno per terminare le valutazioni delle rimanenti aziende.

Visto, letto, confermato e sottoscritto.

I membri della Commissione tecnica



- Dott.ssa Anna Molinari
- Dott.ssa Federica Bonalumi
- Il Presidente verbalizzante (Dott. Pasquale Grossano)

Anna Molinari
Federica Bonalumi
Pasquale Grossano



n°	criteri di valutazione	punti max	sub-criteri di valutazione	punti D max	ADV ACTIVA SPA	0,25	ARAGORN INITIATIVE SRL	1
1	Almeno 3 case histories per iniziative simili, con attenzione preferenziale all'ambito sanitario (specificando il ruolo svolto, le professionalità messe a disposizione, il valore della commessa e i risultati raggiunti)	20	Progettualità, creatività e continuità	20	Le 3 esperienze riportate si soffermano principalmente e sulle attività di marketing BTL, senza particolare riferimento a campagne 5x1000, lasciati o fund raising. Le esperienze non sono attinenti al settore sanitario	0,25	Le esperienze citate sono pienamente compatibili con l'esperienza richiesta in ambito sanitario e con le richieste presentate nel Capitolato	1

2	Piano di progetto (modalità, tempistica e investimenti con riferimento ad ogni singola area di intervento e documentand o le potenzialità delle soluzioni previste)	20	2.1	<i>Metodologia di progetto</i>	10	Il metodo presentato è strutturato nel dettaglio, e correttamente diviso nei tre ambiti richiesti dal capitolato. Si affida però a uno schema poco innovativo e generico, che non tiene debitamente conto delle peculiarità ospedaliere	0,65	La metologia è ben articolata, le tempistiche sono dettagliate	0,85
---	---	----	-----	--------------------------------	----	---	------	--	------

				2.2	Investimenti proposti	10	Il budget proposto è coerente con la metodologia illustrata	0,65	Gli investimenti proposti sono declinati in percentuale, ma esaustivi e dettagliati	0,85
--	--	--	--	-----	-----------------------	----	---	------	---	------

3	Gestione e implementazione del sistema di donor care	10	3.1	Analisi dati	7	La strategia di analisi non è sufficientemente dettagliata; si riferisce ad automatismi del CRM aggiuntivo proposto, senza esplicitare i focus strategici	0,5	E' suggerita l'analisi dei principali KPI ed è introdotta la modalità di analisi dei dati nel tempo, declinata per le diverse campagne richieste	0,85
3			3.2	Gestione CRM	3	La proposta prevede l'introduzione di un ulteriore CRM, elemento che aumenta la complessità di gestione interna	0,25	Citate l'analisi e le potenzialità della gestione del CRM interno in relazione alle aziende. Non sono espliciti i riferimenti all'utilizzo per donatori singoli o associati	0,65

4	Strategia integrata	5	4.1	Ottimizzazione delle risorse e degli investimenti e del concept	5	Il concept non include né nomina la richiesta base del Capitolato (l'obiettivo di promozione del Nuovo Ospedale). Le risorse da dedicare nella strategia sono correttamente declinate ed esaustive	0,35	Il concept cita e declina correttamente l'obiettivo strategico della Fondazione (Nuovo Ospedale). Le risorse sono declinate in chiave di ottimizzazione dell'investimento	0,85
---	---------------------	---	-----	---	---	--	------	---	------

5	Composizione team di progetto	5	5.1	Professionalità ed esperienza	5	Le professionalità presentate elencano notevole esperienza nell'ambito fund raising e 5x1000, in campagne pertinenti con le missioni della Fondazione, e hanno una forte declinazione in ambito ospedaliero e sanitario	0,65	1
---	-------------------------------	---	-----	-------------------------------	---	---	------	---

6	Eventuali migliorie legate ai processi organizzativi	10	6.1	Impatto sull'organizzaz ione	5	L'impatto sulla Fondazione si presenta minimo, esplicitando pieno supporto e presa in carico alle strategie. In controtenden za la progettualità di inserire un ulteriore CRM con relativa formazione del personale, che aggiunge un livello di complessità ulteriore al lavoro	0,5	L'impatto sulla Fondazione è buono, declina l'interazione dei professionisti interni ed esterni e fornisce i punti chiave per la corretta collaborazione	0,85
---	--	----	-----	------------------------------------	---	--	-----	---	------



Atti 1.6.03/2023 - 82

Milano, 27.06.2023

PROCEDURA APERTA PER LA FORNITURA DI UN SERVIZIO DI COMUNICAZIONE E FUNDRAISING PER LA REALIZZAZIONE E PROMOZIONE DELLE CAMPAGNE: 5X1000, LASCITI E DONAZIONI PER UN PERIODO DI 36 MESI, EVENTUALMENTE RINNOVABILE PER ULTERIORI 24 MESI - CIG: 9706855E23

VERBALE n. 3 COMMISSIONE TECNICA DEL 27.06.2023

Richiamato il verbale della seconda seduta la Commissione Giudicatrice, perfettamente costituita, si riunisce per la terza seduta, alle ore 10.00.

La Commissione procede a valutare i progetti tecnici di RES FREEDATA SRL, MAZZMEDIA SRL, PIRENE SRL, DELIVERTI SRL e GIGASWEB SRL e redige una scheda riepilogativa dei punteggi attribuiti a ciascuna ditta.

Per ciascuna azienda proponente sono state ripercorse le motivazioni di ogni coefficiente attribuito, in un'ottica di confronto collegiale.

Ogni punteggio viene debitamente motivato come da tabella allegata.

La Commissione rileva che le ditte ADV ACTIVA SPA – MAMMA MIA ADV, GIGASWEB SRL e PIRENE SRL non hanno raggiunto la soglia di sbarramento prevista dal disciplinare di gara pari a 42/70 e quindi devono essere escluse secondo quanto previsto dal punto 18.1 del disciplinare di gara.

La Commissione giudicatrice procede con la riparametrazione dei punteggi delle ditte ARAGORN INITIATIVE SRL, DELIVERTI SRL, MAZZMEDIA SRL e RES FREEDATA SRL così come di seguito esposto:

DITTA	Punteggio prima della riparametrazione	Punteggio riparametrato
ARAGORN INITIATIVE SRL	62,65	70
DELIVERTI SRL	49,50	55,31
MAZZMEDIA SRL	47,65	53,24
RES FREEDATA SRL	42,40	47,37

Conclusa l'attività in parola, alle ore 12.15, la Commissione giudicatrice, avendo completato i propri lavori con l'attribuzione dei punteggi come sopra riportati, stabilisce di rassegnare al RUP i precedenti ed il presente verbale per l'assunzione dei successivi provvedimenti ed in particolare per l'apertura delle offerte economiche.

Visto, letto, confermato e sottoscritto.



I membri della Commissione tecnica

- Dott.ssa Anna Molinari
- Dott.ssa Federica Bonalumi
- Il Presidente verbalizzante (Dott. Pasquale Grossano)

Anna Molinari
Federica Bonalumi
Pasquale Grossano

1 All.



n°	criteri di valutazione	punti max	sub-criteri di valutazione	punti D max	DELIVERTI SRL	GIGASWEB SRL	MAZZMEDIA SRL	PIRENE SRL	RES FREEDATA SRL
1	Almeno 3 case histories per iniziative simili, con attenzione preferenziale all'ambito sanitario (specificando il ruolo svolto, le professionalità a messe a disposizione, il valore della commessa e i risultati raggiunti)	20	1.1 Progettualità, creatività e continuità	20	Case histories valide e ben illustrate, anche se non perfettamente pertinenti con l'ambito sanitario	I progetti presentati sono validi, declinano esperienza in ADV e branding ma non mettono in mostra una particolare esperienza nel fund raising	Progetti validi e in parte con attinenza alla missione di fund raising della Fondazione	Presente una ricca sezione con numerose case histories. Nessuna di queste ha però una declinazione utile al fund raising o riferimenti all'healthcare che siano ricompresi negli obiettivi della Fondazione. La citazione di un'attività in tal senso legata alla pandemia, pur pertinente e con risultati notevoli, appartiene ad una gestione eccezionale che non permette di valutare le strategie e le potenzialità sul lungo periodo	Le esperienze presentate non hanno particolari connessioni con il fund raising o la promozione delle attività in ambito healthcare
2	Piano di progetto (modalità, tempistica e investimenti con riferimento ad ogni singola area di intervento e documentand o le potenzialità delle soluzioni previste)	20	2.1 Metodologia di progetto	10	Il progetto prevede modalità tradizionali e innovative, è ben declinato ed esaustivo. Include un supporto stampa e del Nuovo Ospedale ed ha una buona declinazione digitale	Progetto dettagliato, riporta una valida strategia anche se generica. La proposta non considera la necessità di promozione del Nuovo Ospedale	Progetto dettagliato e declinato nei settori indicati dal capitolato. Presenta alcuni spunti di innovatività	Progetto sufficientemente ricco, declinato in ottica multinazionale, pur rimanendo generico sulle direzioni da intraprendere. Le ulteriori migliori proposte (ad es. gestione delle crisi) non sono contemplate nel capitolato ed esulano dalle competenze della comunicazione, essendo pertinenti alle attività di informazione. Nella presentazione, la Fondazione viene confusa con altra struttura (slide 30)	Il progetto proposto è ben delineato e dettagliato, pur rimanendo generico e mostrando solo accenni alla necessità principale della Fondazione (promozione del Nuovo Ospedale)

4	Strategia integrata	5	4.1	Ottimizzazione e delle risorse e degli investimenti e del concept	5	Il concept è presente e ben strutturato, pur non differenziando i tre ambiti oggetto del capitolato. Tiene in debita considerazione la prospettiva del Nuovo Ospedale. Il budget è indirizzato anche a modalità innovative, coerenti con gli obiettivi di ampliamento del pubblico di riferimento	0,75	Il concept, pur ben progettato, non contempla l'esigenza di promozione del Nuovo Ospedale. Non è possibile valutare l'ottimizzazione delle risorse o degli investimenti, dato che nella proposta manca il dettaglio del budget	0,35	E' presentato un concept ben tarato sulle esigenze della Fondazione, con valide anticipazioni della strategia. Le risorse e gli investimenti sono ben bilanciati in relazione alle attività descritte	0,75	Il concept proposto è generico e non declinato nelle tre direttive del Capitolato. Non si fa adeguato riferimento all'esigenza di promozione del Nuovo Ospedale.	0,35	La strategia proposta è ben declinata nelle tre direttrici indicate nel capitolato. Non è adeguatamente sviluppata la prospettiva di promozione del Nuovo Ospedale, considerato come missione strategica	0,75
5	Composizione team di progetto	5	5.1	Professionalità ed esperienza	5	Le professionalità hanno esperienza adeguata, ma non è presentato nel dettaglio quale sia il team dedicato alla Fondazione	0,65	Le professionalità messe a disposizione della Fondazione sono valide, ma non rendono esplicite particolari esperienze o competenze nell'ambito del fund raising	0,65	Il team incluso nell'offerta ha grande esperienza di marketing, ADV e IT, ma non cita particolari specializzazioni nella gestione di fund raising o nella campagne declinate nel settore healthcare	0,35	Nelle professionalità citate come dedicate al progetto non spiccano particolari competenze rivolte al fund raising	0,35	Nelle professionalità citate come dedicate al progetto non spiccano particolari competenze rivolte al fund raising	0,35

6	Eventuali migliorie legate ai processi organizzativi	10	6.1	Impatto sull'organizzaz ione	5	Il supporto e l'assistenza dichiarate al personale dedicato della Fondazione sono di rilievo e ben argomentati	0,75	Pur essendo presente il riferimento nel progetto presentato, i pochi dettagli non consentono di valutare appieno il reale impatto sull'organizzazione	0,5	E' citata la progettualità e la co- gestione delle attività con il team interno alla Fondazione	0,5	La reportistica proposta come miglioria, pur molto utile e ben dettagliata, è un valore base da mettere in atto nella strategia di fund raising e donor care. La gestione delle crisi, invece, non viene ritenuta pertinente dovendo essere gestita da attività differenti (responsabili dell'informazione istituzionale e dei rapporti con i media)	0,5	Aspetto accennato, ma che mostra disponibilità al racordo e alla gestione delle problematiche anche in urgenza	0,65
---	--	----	-----	------------------------------------	---	---	------	---	-----	---	-----	--	-----	--	------

6.2	Capacità di attrarre sponsor e costruire relazioni	5	La proposta di influencers è segno di adeguatezza nei confronti delle relazioni, anche se le esperienze citate dalla proponente nel proprio background non forniscono particolari dettagli sull'attrattività verso eventuali sponsor	0,65	Ben declinate le potenzialità attrattive di eventuali sponsor, legati a relazioni in essere	0,75	Nel progetto e nei team presentati manca una declinazione puntuale delle capacità di attrarre sponsor che siano utili alla missione della Fondazione	0,35	Presentata un'ampia casistica di sponsorizzazioni raccolte, con prevalenza del settore farmaceutico / congressuale	0,75	Non sono chiaramente evidenti le capacità di attrarre sponsor o costruire relazioni al di fuori dei contatti già stabiliti dalla Fondazione	0,35
Totale	70	70		49,5		36,7		47,65		39,25		42,4

