

Criterio	Punteggio massimo	
A. Qualità del progetto proposto	40	
A.1 - Chiarezza della proposta e livello di dettaglio dei contenuti per cui verranno privilegiati i progetti meglio articolati che prevedono nell'ordine l'attuazione delle 3 tipologie di cui ai punti 5.1, 5.2 e 5.3 del bando.	15	
A.2 - Validità dell'approccio metodologico e organizzativo (previsione di output concreti e misurabili, adeguatezza del piano di lavoro anche sul profilo temporale, esistenza di una correlazione tra azioni e risultati attesi). Saranno privilegiati i progetti contenenti analisi specifiche circa il mercato di riferimento come ad es. analisi della domanda, analisi della clientela, punti di forza e di debolezza delle reti commerciali e distributive, problematiche legate alla concorrenza.	10	
A.3 - Validità del progetto in termini di utilizzo di personale interno o esterno con comprovate conoscenze tecniche e/o delle competenze professionali richieste nello specifico ambito applicativo.	10	
A.4 - Rispondenza della strategia di marketing in rapporto alla tipologia di prodotto da offrire, del prezzo, della distribuzione e della promozione.	5	
B. Efficacia potenziale	60	
B.1 - Miglioramento o sviluppo di nuovi processi produttivi (es. riduzione consumo energetico), organizzativi o commerciali.	40	
B.2 - Migliore posizionamento in termini di incremento delle quote di mercato e/o ingresso in nuovi mercati.	20	