

ALLEGATO H

VALUTAZIONE DEI PROGRAMMI	Coefficiente di ponderazione
1. Interesse generale del programma	
1.1 Pertinenza del programma rispetto alla situazione di mercato/alle esigenze del settore	20
1.2 Pertinenza del programma rispetto ai gruppi destinatari	10
2. Qualità ed efficacia del programma	
2.1 Coerenza tra gli obiettivi, i messaggi, le azioni e i canali di informazione	10
2.2 Portata e campo di applicazione delle azioni del programma in termini di durata e gruppi destinatari (per esempio europeo/nazionale/regionale, numero di contatti previsti)	10
2.3 Qualità dei messaggi (creatività, "stopping power")	10
2.4 Metodo di valutazione dell'impatto	5
2.5 Qualità della presentazione	5
3. Dimensione comunitaria (numero di SM partecipanti in qualità di operatori o numero di prodotti, interesse del programma per le politiche comunitarie)	10
4. Redditività del programma (valutazione in termini di costo/gruppo destinatario, costo/contatti previsti, costo/quantità o valore della produzione considerata o di altri indicatori adeguati)	20
TOTALE	100