|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Valorizzazione del mercato nel suo insieme (parte agricola e parte commerciale)**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione ai seguenti sottocriteri, da evidenziare nella proposta progettuale:* Apertura del mercato agricolo per almeno 3 giorni/settimana: 1 punto
* Mantenimento, abbellimento, e cura delle aiuole e del verde esterno: 4 punto
* Organizzazione servizio interno di pulizia compresi i servizi igienici: 2 punto
* Organizzazione servizio portierato: 1 punto
* Iniziative di pubblicizzazione tramite social, manifesti pubblicitari, annunci radiofonici: 1 punto
* Installazione impianto videosorveglianza: 1 punto
 |
| 1. **Numero di box liberi inclusi nella proposta di riorganizzazione e nella richiesta di concessione**
 | Viene assegnato n.1 punto per ogni posteggio incluso nella richiesta di concessione e ricompreso nella proposta progettuale, fino a un massimo di 10 punti |
| 1. **Differenziazione dell’offerta commerciale**
 | Viene assegnato n.1 punto per ogni diversa tipologia merceologica individuata tra i posteggi richiesti in concessione, ad esclusione dei prodotti ortofrutticoli, fino a un massimo di 5 punti (ad esempio: carne, pesce, prodotti oleari, dolci e prodotti da forno, miele e confetture, prodotti florovivaistici, vino ecc..) |
| 1. **Sostenibilità ed economicità della proposta**
 | Viene valutato il piano economico finanziario e assegnato un punteggio in relazione al tempo di ammortamento dell’investimento:* minore di 5 anni: 5 punti
* tra 5 anni e 6 anni: 4 punti
* tra 6 e 7 anni: 3 punti
* tra 7 e 8 anni: 2 punti
* tra 8 e 9 anni: 1 punto
 |
| 1. **Promozione dei prodotti di qualità**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione alle iniziative proposte finalizzate alla promozione dei prodotti di qualità (a tiolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori ecc…) |
| 1. **Promozione dei prodotti di filiera corta**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione alle iniziative proposte finalizzate alla promozione dei prodotti di filiera corta (a tiolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori ecc…) |
| 1. **Promozione dei prodotti tipici del territorio**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione alle iniziative proposte finalizzate alla promozione dei prodotti del territorio (a tiolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori, promozione delle cultivar locali ecc…) |
| 1. **Iniziative di divulgazione delle corrette pratiche alimentari**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione alle iniziative proposte finalizzate alla promozione dei prodotti del territorio (a tiolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori, promozione delle cultivar locali ecc…) |
| 1. **Eventi e iniziative che possano incrementare la vendita**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione a ciascuna iniziativa ed evento previsto, sulla base di una calendarizzazione media annuale, al fine di promuovere il mercato anche in occasione di eventi, ricorrenze cittadine e giornate festive in grado di attrarre visitatori nel centro storico (Natale, San Valentino, fiere storiche cittadine, domeniche tematiche ecc..) |
| 1. **Organizzazione del mercato per favorire l’inclusione sociale**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione a ciascuna iniziativa o allestimento finalizzato all’inclusione sociale e alla accessibilità e alla fruibilità del mercato (eliminazione barriere architettoniche, allestimenti che facilitino l’inclusione sociale, spazi di ristoro e di sosta, assistenza, consegna a domicilio, prenotazioni delle merci ecc..) |
| 1. **Organizzazione logistica e operativa per favorire gli accessi pedonali al mercato**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione a ciascuna iniziativa o allestimento finalizzato a facilitare e promuovere l’accesso pedonale al mercato (attività promozionali, informazioni sul servizio di TPL, organizzazione di consegne a domicilio, organizzazione e flessibilità degli orarti di vendita ecc..) |
| 1. **Accordi con operatori commerciali delle aree limitrofe per incrementare l’attrattiva commerciale in sinergia**
 | La valutazione verrà effettuata assegnando un punteggio in relazione a ciascuna iniziativa o ipotesi di accordo finalizzato a promuovere il mercato nel contesto commerciale della zona (iniziative promozionali, pannelli informativi indicanti le altre attività commerciali presenti nella zona, accordi con gli altri operatori del mercato, ottimizzazione e flessibilità degli orari di vendita, organizzazione di consegne a domicilio in accordo con altri operatori ecc..) |