

Risposte alle richieste di chiarimento pervenute relative alla procedura di gara aperta per l'affidamento del servizio di emissione e vendita titoli di accesso alle edizioni 2023-2024-2025 del Gran Premio di Formula 1 presso gli autodromi di Monza ed Imola

CIG 9219092B61

Le richieste di chiarimento pervenute sono state ordinate per paragrafo di riferimento:

- 1. Per quanto riguarda i vari formati/materiali richiesti, si menzionano le card in formato PVC. La produzione di card sarà di tipologia uguale nei 2 autodromi?**

Le card saranno del medesimo formato ma con diversa grafica a seconda degli eventi.

- 2. "I nuovi clienti effettuano la registrazione dell'account utente sulla white-label con procedura completamente separata da quella utilizzata dal Fornitore per i clienti del proprio canale on line, inserendo le proprie generalità su un apposito form ed impostando la propria ID e password prima del completamento della transazione di acquisto". La SA può confermare che l'area riservata delle due white-label, benché separata da quella utilizzata dal fornitore, sarà sempre fornita dal Fornitore?**

Si conferma che l'area riservata delle due white-label per la registrazione dell'account utente deve essere approntata a cura del Fornitore concordando preventivamente con la SA le informazioni (obbligatorie e opzionali) che il cliente dovrà inserire nel form utilizzato per la registrazione. Si ricorda che, come già specificato nel capitolato, anche il form di registrazione del cliente non dovrà riportare loghi del Fornitore né link che riconducano il cliente al sito web del Fornitore.

- 3. La separazione del pool Clienti B2C vale anche tra Monzanet e Formula Imola oppure andranno considerati in un unico pool separato rispetto al pool del sito fornitore?**

Il pool clienti B2C dei due eventi non dovrà essere separato tra i due Autodromi in quanto lo stesso deve far capo esclusivamente ad ACI Sport in qualità di unico organizzatore. Si conferma, come del resto previsto dal capitolato, la separazione tra pool clienti B2C registrati attraverso le due white-label rispetto a quelli registrati sul sito web del Fornitore. Si precisa che i dati dei clienti registrati sul sito web del Fornitore che acquistano biglietti per i due eventi devono essere trasmessi ad ACI Sport quale titolare autonomo dei dati personali degli stessi. Le funzionalità messe a disposizione dal Fornitore dovranno poi consentire ad ACI Sport di poter produrre specifica reportistica sia ai fini fiscali che ai fini gestionali e commerciali in grado di suddividere i clienti in base all'acquisto dell'uno o dell'altro evento o di entrambi gli eventi.

4. La User ID equivale all'indirizzo email dell'utente registrato nei siti web di Monzanet e Formula Imola?

L'importazione dei dati Monzanet e Formula Imola sarà già normalizzata da parte di ACI o dovrà provvedere il fornitore?

A maggior precisazione di quanto indicato nel capitolato al paragrafo 5.1.1.2, la User ID degli utenti B2C che il Fornitore dovrà importare nel database clienti, preliminarmente all'avvio del sistema di biglietteria, dovrà corrispondere all'indirizzo e-mail indicato dagli stessi in fase di registrazione. Anche per i nuovi clienti la User ID dovrà corrispondere all'account e-mail indicato dal cliente. Al riguardo si fa presente che, per le edizioni 2022 dei due eventi, mentre per il Gran Premio di Formula 1 di Monza, l'utente che ha acquistato i biglietti on line, si è registrato sulla white-label dell'Autodromo o sul sito web del Fornitore, per l'evento di Imola, l'Autodromo non ha attivato una specifica white-label per cui la registrazione dell'utente è avvenuta esclusivamente sul sito del Fornitore dei servizi di biglietteria.

La normalizzazione dei dati relativi agli account dei clienti B2C dovrà essere effettuata a cura del Fornitore dopo aver concordato, attraverso appositi incontri con la SA, l'aggiudicatario e gli attuali Fornitori dei due Autodromi, il tracciato da mettere a disposizione per l'importazione dei dati nel nuovo database.

5. In relazione alla fornitura delle funzionalità per il programma di membership, potete confermarci se attualmente è già attivo un programma membership? In caso affermativo, è possibile ricevere la documentazione relativa?

Attualmente non è attivo un programma membership da parte di ACI Sport per i clienti B2C dei due eventi.

6. "Il Fornitore, preliminarmente all'avvio del sistema, dovrà importare gli account già oggi attivi in termini di dati anagrafici di base, user id e e-mail." Si prega di stimare il numero degli account attivi da importare.

Si stimano circa 70.000 account di clienti B2C che dovranno essere presumibilmente oggetto di importazione nella nuova piattaforma. Trattasi di una stima basata sull'andamento delle vendite 2022 dei due Autodromi che potrebbe subire delle variazioni in aumento o in diminuzione all'atto dell'importazione nella nuova piattaforma.

7. "Per migliorare l'esperienza di acquisto da parte del cliente, il Fornitore della piattaforma di biglietteria dovrà mettere a disposizione una funzione grafica di visualizzazione in 3D del settore/posto che il cliente intende acquistare" Tale funzione 3D dovrà essere attivata solo per la F1 o per tutte le manifestazioni motoristiche in programma negli autodromi di Imola e Monza? Esiste, infine, la possibilità di una modifica morfologica sostanziale delle mappe (non una scomparsa/non vendibilità/disattivazione di alcune tribune) impattante da evento ad evento?

È richiesta l'attivazione della funzione 3D solamente per i due eventi di Formula 1 presso gli Autodromi di Monza e Imola. Come precisato nel capitolato, il Fornitore dovrà inoltre provvedere, senza oneri aggiuntivi

per la SA, all'aggiornamento delle visualizzazioni in 3D del circuito e delle tribune dei due Autodromi nel corso della durata del contratto in relazione alle eventuali modifiche che si dovessero produrre rispetto ai rilievi inizialmente effettuati. Tale previsione tiene conto della eventuale installazione di ulteriori tribune temporanee costruite presso i due Autodromi esclusivamente in occasione dei due eventi e/o di eventuali modifiche che alcune tribune attualmente esistenti potrebbero subire per effetto di sostituzione, modifiche, inutilizzabilità totale o parziale.

- 8. “Una volta concluso il processo di acquisto, il Fornitore renderà disponibile il biglietto al cliente in modalità “stampa@casa”, e-ticket, spedizione al domicilio del cliente o consegna sul luogo dell’evento con servizio a cura del Fornitore senza ulteriori oneri per ACI Sport e l’utente rispetto a quelli previsti nell’offerta economica.” Non risulta presente nel modello di offerta economica alcuna voce relativa agli oneri per la stampa e spedizione del biglietto al domicilio del cliente. La SA conferma che anche per i titoli B2C sarà previsto un rimborso esattamente come nei biglietti B2B, come previsto da capitolato a pagina 22, capitolo 5.2? Oppure è previsto, unicamente per i biglietti B2C, la possibilità di imputare a carico del cliente finale gli oneri di spedizione? In quest’ultimo caso, i costi vanno esplicitati nel modello di offerta economica?**

Per quanto riguarda la spedizione a domicilio del cliente (servizio comunque opzionale per il cliente e attivabile su richiesta di ACI Sport), si conferma l’esclusione di ogni onere sia per ACI Sport che per l’utente relativamente alle attività di stampa del biglietto e di servizi resi dal Fornitore, propedeutici alla consegna dei biglietti allo spedizioniere. L’utente che richiede il servizio è pertanto chiamato a rimborsare direttamente al Fornitore il solo onere di spedizione secondo le medesime tariffe esposte nel capitolato per le spedizioni B2B. I predetti rimborsi non vanno pertanto esplicitati nel modello di offerta economica.

- 9. Come si evince dai documenti di gara, il Fornitore deve includere nella fornitura equipaggiamento hardware per la gestione del controllo accessi e dei punti biglietteria presso gli Autodromi.**
- i) Si chiede di confermare che l'equipaggiamento hardware debba essere nuovo, acquistato pertanto a inizio contratto, e non semplicemente in buone/ottime condizioni.**
- ii) Si chiede di confermare che al termine di ciascun evento il Fornitore si occupi, non solo del disallestimento delle infrastrutture hardware, ma anche dello stoccaggio delle stesse a propria cura e spese.**

È lasciata all'autonomia del Fornitore l'utilizzo di hardware nuovo o usato purché lo stesso sia perfettamente funzionante e idoneo all'utilizzo previsto dal servizio. Si precisa inoltre che le attrezzature hardware dei punti vendita stabili presso gli Autodromi devono essere tenute in esercizio con continuità per tutta la durata del contratto.

Si conferma quanto riportato nel punto ii).

- 10. Nell’ambito della gestione degli accrediti disabili. Potete fornire il dettaglio su come deve essere strutturato il processo una volta fatto l'upload dei documenti. In particolare, la validazione dei documenti, il rilascio degli accrediti.**

Come già precisato nel capitolato al paragrafo 5.3.1, una volta creato l'account e effettuato l'upload dei documenti richiesti da parte del disabile, l'utenza nasce nello stato "da validare" ossia non consente al disabile di effettuare alcuna ulteriore operazione nella piattaforma. ACI Sport, dopo aver provveduto alla verifica della corretta compilazione del form di registrazione nonché della presenza di adeguata documentazione caricata dall'utente, procede alla validazione dell'utenza sbloccando pertanto la possibilità per il disabile di accreditarsi a uno o più eventi presenti nella piattaforma fino all'esaurimento della disponibilità dei posti. Il disabile la cui utenza è stata validata può procedere pertanto in autonomia e senza alcuna ulteriore validazione da parte di ACI Sport, alla richiesta di pass per la partecipazione all'evento. Il pass (in formato pdf) viene reso disponibile nell'area riservata dell'utente in piattaforma in modo tale che l'utente possa stamparlo ed esibirlo all'ingresso in Autodromo.

11. È possibile ricevere una descrizione più dettagliata del processo d'ordine del cliente generato dalla piattaforma B2B all'ordine di vendita del SIAC o sulla possibilità di generare direttamente l'ordine in SIAC una volta consolidato l'ordine del cliente nella piattaforma B2B? Ugualmente per quanto concerne la procedura di cancellazione dell'ordine.

Si ritiene che il processo sia descritto nel capitolato in modo sufficientemente dettagliato per la formulazione dell'offerta da parte del Fornitore.

12. È possibile ricevere degli esempi di tracciato righe/ordine generato dalla piattaforma B2B, per valutarne la coerenza con la struttura del piano del conto economico di SIAC e con il relativo trattamento IVA del cliente UE rispetto ai clienti Extra UE?

Non è possibile inviare degli esempi non avendo ACI Sport nessuna soluzione simile in essere al momento.

13. Il piano di comunicazione andrà fornito per ogni anno di contratto o cumulativo per i tre anni?

Il piano di comunicazione deve essere predisposto per l'intera durata del contratto con dettaglio delle iniziative previste in ciascuna delle annualità contrattuali.

14. A chi dovrà essere intestato il borderò di ogni singolo GP?

Il borderò di ogni singolo GPF1 dovrà essere intestato ad ACI Sport.

15. In relazione alla fornitura dei dispositivi di controllo accessi, si richiede se il numero delle apparecchiature riportate come segue: "n.260 apparecchiature di controllo accessi di cui n.140 per GPF1 Monza e n.120 GPF1 Imola" sono inclusive o meno degli 80 tornelli e devono essere considerati in aggiunta.

Le quantità di apparecchiature di controllo accessi tramite palmare e/o mobile riportate nel capitolato non sono inclusive delle quantità di tornelli richiesti.

16. In relazione ai servizi di incasso e riversamento, la stazione appaltante specifica che l'incasso è effettuato a cura del Fornitore del servizio di biglietteria, rimanendo a carico dello stesso ogni responsabilità sul buon fine della transazione ivi incluso il rischio di frodi o truffe nell'utilizzo degli strumenti di pagamento o il disconoscimento dell'addebito da parte del cliente. Su questo tema e facendo riferimento alla DIRETTIVA (UE) 2015/2366 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 25 novembre 2015, il fornitore non può incassare per conto terzi e deve necessariamente avvalersi di un intermediario finanziario approvato. Questa una soluzione è percorribile? Potete chiarire il flusso atteso?

Fermo rimanendo quanto richiesto dal capitolato in materia di incasso e riversamento, è lasciata all'autonomia del Fornitore l'organizzazione dei relativi processi operativi.

17. È possibile ricevere alcune specifiche tecniche relative alla rete locale presente nei due Autodromi?

In sede di sopralluogo il Fornitore potrà richiedere ai referenti dei due Autodromi ogni informazione relativa alla rete locale.

18. "La piattaforma dovrà esporre appositi web service che potranno essere utilizzati dai sistemi gestionali della committente per le integrazioni applicative previste nel capitolato e/o di nuova introduzione in base alle future esigenze". Si può specificare quali siano i sistemi gestionali da integrare? I sistemi gestionali da integrare degli autodromi sono uguali o differenti per i due autodromi? Oltre all'integrazione con essi, la SA può fornire una previsione di quali possono essere le future esigenze di integrazione?

Il capitolato, al paragrafo 7.9, prevede diverse integrazioni sia di front end che di back end, tra cui quelle con il sistema amministrativo-contabile di ACI Sport (SIAC) e il database associativo ACI. Il sistema di e-commerce di cui al paragrafo 5.1.3 prevede inoltre possibili ulteriori integrazioni con i sistemi gestionali degli Autodromi e dei fornitori di prodotti destinati alla vendita unitamente ai biglietti di ingresso ai due Autodromi. Attualmente non si è in grado di prevedere quali possono essere le modalità di integrazione dei predetti prodotti in quanto le stesse dipendono dai sistemi gestionali di terze parti non ancora individuate.

19. La tabella presente non sembra essere completa. È possibile conoscere le date desiderate di avviamento e di go-live di tutte le soluzioni da implementare (White Label Monza, White Label Imola, attivazione vendite su sito del fornitore, eccetera)?

La tabella di cui al paragrafo 9.2 del capitolato riporta in modo esaustivo tutti i tempi di messa a disposizione per il collaudo e di attivazione dei servizi di base (ossia quelli che non richiedono un'implementazione ad hoc) e dei servizi dedicati (ossia quelli che richiedono un'implementazione ad hoc). Ad ogni modo si conferma che tutti i servizi devono essere avviati in go-live a partire dal 40esimo giorno dalla data di sottoscrizione del contratto.

20. Potete fornire dei volumi attesi e dimensionamento dati, anche di massima, relativamente al servizio di customer care.

In base ai volumi di vendite storici e previsionali dei due eventi, si stimano indicativamente 5.000 richieste di assistenza all'anno per i clienti che accedono attraverso le white-label degli Autodromi. In base ai volumi storici, si stimano inoltre in 3.000/anno le richieste di assistenza da parte dei clienti B2C che accedono attraverso i siti web dei fornitori degli Autodromi. I dati storici delle altre modalità attraverso le quali i clienti B2C richiedono informazioni/assistenza (telefono, mail ecc..) e che andranno canalizzate verso il customer care del Fornitore, fanno stimare infine in circa ulteriori 30.000/anno le richieste di assistenza/informazioni. I predetti dati potrebbero tuttavia essere soggetti a variazioni, anche consistenti, in aumento o in diminuzione, in funzione sia dei reali volumi di vendite che si produrranno nel triennio contrattuale, sia dalle performance della nuova piattaforma di biglietteria da attivare.

21. In relazione ai volumi di vendita stimati nel Capitolato di Gara, si richiede la percentuale dei biglietti che verranno destinati alla vendita B2B ed alla vendita B2C per ogni singolo Autodromo.

Si stima che, sia per l'Autodromo di Monza che per quello di Imola, oltre il 50% delle vendite, tra biglietti per singole giornate e abbonamenti, verranno destinati al canale B2B; al riguardo si precisa che l'allotment di biglietti inizialmente destinato al canale B2B potrebbe essere ridotto o aumentato durante il periodo di vendita in funzione delle richieste da parte degli altri canali distributivi.