

TEATRO ALLA **SCALA**



FONDAZIONE TEATRO ALLA SCALA

via Filodrammatici n. 2, 20121 - Milano -

CAPITOLATO SPECIALE

PROCEDURA APERTA TELEMATICA EX ARTT. 54, 58 E 60 DEL D. LGS. N. 50/2016

**PER LA FORNITURA E LA GESTIONE DEL SISTEMA DI BIGLIETTERIA
INFORMATIZZATA PER LA VENDITA DI BIGLIETTI E ABBONAMENTI
RELATIVI AGLI SPETTACOLI ORGANIZZATI DALLA FONDAZIONE.**

ID 121 - CIG: 8996449891



SISTEMA DI BIGLIETTERIA ELETTRONICA PER LA VENDITA DI BIGLIETTI E ABBONAMENTI PER GLI SPETTACOLI, I SERVIZI MUSEALI E LE ALTRE ATTIVITÀ ORGANIZZATE DALLA FONDAZIONE TEATRO ALLA SCALA.

PREMESSE E OGGETTO DEL CAPITOLATO

Il presente atto disciplina i rapporti fra la Fondazione ed il *Fornitore* di quanto oggetto del presente capitolato così come definito negli articoli successivi e denominato anche "*Soggetto Aggiudicatario*".

Oggetto dell'appalto è il Sistema di biglietteria informatizzata per la vendita dei biglietti e abbonamenti relativi agli spettacoli, agli ingressi del Museo Teatrale e alle attività organizzate dalla Fondazione, comprensivo di fornitura del supporto hardware e software necessario - così come definito negli articoli successivi - della relativa assistenza tecnica e manutenzione nonché il servizio, non esclusivo, di vendita e incasso limitatamente alle vendite on-line, nei Punti Vendita autorizzati e attraverso altri canali abilitati.

Alla stipula del contratto, il Sistema informatizzato fornito dal Soggetto Aggiudicatario dovrà essere munito di tutte le necessarie autorizzazioni da parte del Ministero delle Finanze – Agenzia delle Entrate - e della SIAE per procedere alla vendita al pubblico di biglietti e abbonamenti per eventi culturali, appartenenti al segmento di attività della stazione appaltante.

Il Soggetto Aggiudicatario accetta senza riserve o condizioni che il Teatro mantenga l'assoluto e insindacabile potere di *governance* - oltre ad essere messo in condizione di poter intervenire autonomamente nelle attività ordinarie concordate - sul servizio di biglietteria e sui canali di vendita e, in particolare, in via esemplificativa ma non esaustiva: prezzi dei biglietti e degli abbonamenti, condizioni di agevolazione per alcune categorie di pubblico, criteri di definizione del *best seat* per le vendite online, politiche e tempi di vendita, scelte relative alla possibilità o meno di escludere settori, singoli posti, o prodotti dalle vendite online, scelte relative ai Punti vendita da utilizzare.

I partecipanti alla procedura *de qua*, inoltre, potranno presentare offerta per un contratto accessorio di sponsorizzazione delle attività istituzionali e degli eventi culturali promossi e/o organizzati dalla Fondazione della stessa durata del

servizio di biglietteria. Qualora decidessero di farlo, l'offerta dovrà constare di un canone annuo minimo di €. 50.000,00 (cinquantamila/00).

1 CARATTERISTICHE TECNICHE

Il Sistema di Biglietteria amministra e gestisce le vendite complessive di biglietti, abbonamenti e altri servizi accessori (bar, card, visite guidate, attività, accessi streaming, ecc.) della Fondazione e altri soggetti indicati dalla stessa (es. fornitori dei servizi food, beverage e merchandise).

Il Soggetto Aggiudicatario dovrà offrire un Sistema di Biglietteria efficace e all'avanguardia anche per mezzo di innovazioni tecniche, tecnologiche e gestionali, in grado di gestire annualmente circa 300 date di spettacoli con pubblico e circa 10.000 abbonamenti e biglietti stimati in:

	Numero biglietti	Incasso totale	di cui online e punti vendita	
			% Biglietti	% Incasso
Teatro alla Scala	450.000	€ 30.800.000	38%	64%
Museo Teatrale	270.000	€ 1.970.000	15%	17%

I suddetti dati, basati sull'anno 2019, sono da considerarsi a titolo unicamente indicativo per una miglior definizione dell'offerta, non implicano alcun impegno assunto da parte della Fondazione Teatro alla Scala.

Il Soggetto Aggiudicatario deve assicurare che il proprio Sistema di Biglietteria presenti le seguenti **caratteristiche tecniche**, che devono intendersi **condizioni essenziali** per l'aggiudicazione:

- 1.1 **numero variabile e scalabile di postazioni** in relazione client-server;
- 1.2 stabilità ed elevato grado di **protezione da agenti esterni**, mediante tutti gli strumenti previsti allo stato dell'arte (es. ridondanze, firewall, etc.);
- 1.3 **sicurezza** degli archivi mediante salvataggi giornalieri (backup);
- 1.4 **sicurezza e blindatura** del Sistema rispetto al pericolo di intrusioni esterne;
- 1.5 funzionalità assicurate **7 giorni su 7, 24 ore al giorno** (salvo il caso di aggiornamenti del Sistema da concordare per autorizzazione con la Fondazione);



- 1.6 capacità di sostenere un **elevato carico di lavoro** da transazioni contemporanee nei momenti di picco (indicare nell'offerta tecnica il potenziale numero di transazioni al secondo e la tecnologia adottata per le vendite online);
- 1.7 **architettura scalabile**, anche tramite soluzioni Cloud e/o CDN;
- 1.8 **interfaccia user friendly** sia per operatore di biglietteria che per utente online;
- 1.9 **interfacciamento** di scambio dati con altre piattaforme gestionali, CRM, CMS e/o amministrative del Teatro oltre che con possibili canali di distribuzione e rivendita esterni (vedasi paragrafo 10);
- 1.10 rispetto delle disposizioni di cui al D. Lgs 196/2003 e del Reg. 2016/679/UE in materia di **protezione dei dati personali**.

2 FUNZIONI

Il Soggetto Aggiudicatario deve assicurare che il proprio Sistema di Biglietteria presenti le seguenti **caratteristiche funzionali**, che devono intendersi **condizioni essenziali** per l'aggiudicazione:

- 2.1 **mappatura per singolo posto** delle Sale utilizzate dalla Fondazione (Sala Principale, Ridotto "Arturo Toscanini", Ridotto delle Gallerie; Museo Teatrale alla Scala; eventuali sale esterne dall'edificio gestite direttamente dalla Fondazione);
- 2.2 **creazione e/o modifica di piante** di spettacolo e abbonamento, con posti numerati, anche in corso di attività e con la possibile adozione della funzione di "pianta dinamica" secondo le regole di distanziamento;
- 2.3 **creazione e/o modifica di eventi con capienza ridotta a fascia oraria**, sia seriali/ricorrenti che singoli;
- 2.4 **creazione di eventi sia fiscali che non fiscali**;
- 2.5 **vendita ed emissione di biglietti, abbonamenti, card fedeltà, gift card e altri prodotti o servizi** accessori tramite tutti i canali richiesti e attivati dalla Fondazione (vedasi Paragrafo 3);

- 2.6 gestione automatica di tutti gli **adempimenti** fiscali e amministrativi, compresa la gestione e la conservazione degli annulli, per le attività su tutti i canali, sia locali che da remoto;
- 2.7 gestione automatizzata della **reportistica** (vedasi Paragrafo 9);
- 2.8 procedura di **annullo massivo** di titoli d'accesso, con possibilità del relativo rimborso massivo automatizzato di biglietti, abbonamenti o ratei annullati, con procedure flessibili e regolabili per ogni canale di vendita;
- 2.9 creazione e configurazione delle **tabelle prezzi** con specifica delle riduzioni utilizzabili e abilitazione di specifiche riduzioni/categorie prezzo per categorie specifiche di utenti, di settori e combinazioni di posti, individuate dalla Fondazione;
- 2.10 gestione di prenotazione posti con assegnazione **nominativo** cliente (per singolo posto) e impostazione tariffa (con verifica del requisito anagrafico per determinate tariffe);
- 2.11 completa e **autonoma gestione** delle vendite, prevendite, prenotazioni, allocazione di contingenti per la vendita in remoto e/o per l'emissione di voucher di prenotazione;
- 2.12 possibilità di impostare e spostare dinamicamente i **contingenti** posti disponibili su diversi canali e sistemi di vendita (es. sito Scala, altri siti di vendita, totem elettronici, call center, ecc.);
- 2.13 possibilità di impostare e modificare i **vincoli sul numero di posti acquistabili** in maniera autonoma e molto flessibile (anche automaticamente per più eventi allo stesso tempo), ad esempio per evento, produzione, settore, tariffa, cliente, canale di vendita / specifico operatore e anche sulla base del timing di vendita (primo giorno di vendita / giorni successivi);
- 2.14 possibilità di **cambio del turno** di un abbonamento al Teatro o di una prenotazione al Museo (ad esempio in caso di indisponibilità sopraggiunta di una fascia oraria), che liberi il posto non usufruito per la relativa vendita e che sposti il rateo sulla nuova data/ora scelta, con movimentazione automatica degli eventuali documenti fiscali coinvolti (da un C1 all'altro), emissione del tagliando cambio data "segnaposto": questo servizio deve



poter essere valorizzato e venduto dal sistema e la funzione deve anche poter essere svolta in modo autonomo dall'utente abbonato o prenotante nella propria area personale del web-shop;

- 2.15 emissione di biglietti con **Iva pre-assolta** a fronte dell'acquisto da parte di un terzo con emissione e creazione di un documento di fattura e relativa rendicontazione dedicata ed emissione di biglietti (tagliandi) per eventi non fiscali ovvero non soggetti a normativa Siae;
- 2.16 emissione e stampa di biglietti e abbonamenti **su carta termica** (tramite le stampanti fornite), in formato **elettronico pdf** e su **altri formati virtuali** smaterializzati richiesti dalla Fondazione (es. App, e-Wallet, card, etc);
- 2.17 emissione e stampa di biglietti e abbonamenti con **layout personalizzabile**, che includa campi dinamici (nome dell'acquirente, posto, tariffa, sigilli fiscali, ecc.), testi informativi, elementi grafici quali loghi o filigrane e ogni altro elemento richiesto dalla Fondazione, con possibilità di creare e utilizzare template diversi per diversi eventi e/o per diverse tipologie di utenti/clienti (produrre un esempio di tutte le tipologie di tagliandi/abbonamenti nei diversi formati);
- 2.18 gestione **controllo accessi** in ingresso al Teatro e al Museo mediante lettore ottico touchless che, oltre alla validità del titolo, consenta la segnalazione al controllore di determinate tipologie di biglietti (es. riduzioni particolari che richiedono verifica anagrafica o di requisito d'accesso);
- 2.19 gestione flessibile del **database clienti** con completa possibilità di import/export, query e profilazione dei dati;
- 2.20 gestione automatizzata della *compliance* al D.Lgs. 196/2003 e del Reg. 2016/679/UE in materia di **protezione dei dati personali**;
- 2.21 gestione e registrazione **pagamenti** con tutte le modalità di incasso richieste e autorizzate dalla Fondazione (meglio dettagliate nei paragrafi seguenti).

3 TIPOLOGIE DI PRODOTTI VENDUTI

Il Soggetto Aggiudicatario deve assicurare che il proprio Sistema di Biglietteria permetta la **vendita** dei seguenti **prodotti** tramite tutti i canali richiesti e attivati dalla Fondazione, da intendersi **condizioni essenziali** per l'aggiudicazione:



- 3.1 **biglietti** per posti numerati, con data fissa e determinati vincoli di acquisto (numero di posti per account e per settore) oltre che con molteplici opzioni di tariffa disponibili a seconda del canale di acquisto;
- 3.2 **abbonamenti** per posti numerati, sia con data fissa (turni) che con date a scelta del cliente fra una rosa di titoli, con o senza vincoli specifici, con prezzo fisso o a scalare in base alle regole stabilite dalla Fondazione;
- 3.3 **pacchetti di biglietti** per posti numerati a scelta del cliente fra una rosa di titoli, con o senza vincoli specifici, con prezzo fisso o a scalare in base alle regole stabilite dalla Fondazione;
- 3.4 **ingressi del Museo Teatrale**, sia come accessi temporizzati (data e fascia oraria) semplici che inclusivi di diversi percorsi o pacchetti turistici (ad esempio con visite guidate ai vari spazi del Teatro e dell'Ansaldo o con laboratori speciali) attraverso un web-shop e una rendicontazione separata;
- 3.5 **titoli d'accesso e sottoscrizioni** per prodotti/servizi da usufruire online via browser o in streaming, live o on demand, nell'apposita piattaforma che il Teatro sta realizzando per spettacoli video, tour virtuali e materiali educational;
- 3.6 **card fedeltà** da emettere o personalizzare localmente, intestate al cliente e su cui è possibile "caricare" prodotti (tra cui abbonamenti e titoli di accesso agli spettacoli) o servizi acquistati o acquisiti per diritto dal cliente;
- 3.7 **gift voucher e biglietti "open"** da utilizzare successivamente come metodo di pagamento o di prenotazione specifica per determinati prodotti su pagine dedicate dello stesso web-shop;
- 3.8 **altri prodotti o servizi accessori** (quali a titolo esemplificativo merchandising, consumazioni, etc.), anche venduti in funzione cross-selling attraverso il web-shop della Fondazione ma da fornitori terzi identificati dal Teatro, potenzialmente con rendicontazione e regime iva differente e separato;
- 3.9 **erogazioni liberali a favore della Fondazione.**



4 CANALI DI VENDITA

Il Soggetto Aggiudicatario deve assicurare che il proprio Sistema di Biglietteria permetta la **vendita attraverso** i seguenti **canali**, da intendersi **condizioni essenziali** per l'aggiudicazione:

- 4.1 **biglietteria locale** (vedasi paragrafo 5 per dettagli);
- 4.2 **biglietteria online** (vedasi paragrafo 6 per dettagli);
- 4.3 **punti vendita autorizzati** (vedasi paragrafo 7 per dettagli);
- 4.4 **totem di vendita automatica** installati presso la sede (vedasi paragrafo 12 per dettagli);
- 4.5 altre **piattaforme di vendita interfacciate** quali una App proprietà del Teatro, siti di OTA, ecc..

Il Sistema di Biglietteria deve garantire che le operazioni svolte attraverso tutti questi canali siano aggiornate in tempo reale per la vendita di tutte le sale mappate, così da evitare che possa essere effettuata più di una prenotazione (ed eventuale emissione) per lo stesso posto.

5 BACKOFFICE E SPORTELLO

Il Sistema di Biglietteria deve mettere gli operatori a sportello e in backoffice nelle condizioni di avere:

- 5.1 totale **flessibilità** nella gestione di disponibilità, riduzioni, promozioni, offerte last-minute, attivazione e disattivazione prevendita per ciascun canale, anche attraverso configurazioni automatiche per più eventi contemporaneamente;
- 5.2 possibilità di **doppia visualizzazione della mappa** degli eventi in vendita, la prima sul monitor dell'operatore, che include le funzioni a disposizione per la vendita, e la seconda sul monitor lato cliente, che include il listino prezzi e le informazioni principali dell'evento (titolo, data, ora);
- 5.3 accesso al Sistema protetto da **login e password** diversificata per singolo operatore;
- 5.4 differenti **diritti di operatività** per singola utenza o per gruppi di utenze, con un minimo di 4 livelli di operatività;



- 5.5 accesso alle **anagrafiche** dei clienti per visualizzare, gestire e stampare dati completi e riepilogativi sul loro storico acquisti oltre che uno spazio in cui poter lasciare note e task pendenti sul cliente;
- 5.6 accesso alle **reportistiche di chiusura** di cassa e riconciliazione periodica previste dalle loro mansioni;
- 5.7 dotazione delle stampanti termiche e delle licenze software per tutte le postazioni di sportello (vedasi paragrafo 12).

6 WEBSHOP ONLINE

In relazione al servizio, non esclusivo, di vendita on-line, di seguito vengono riportati i **requisiti tecnici specifici** che il Soggetto Aggiudicatario dovrà garantire:

- 6.1 **Web-shop online** interamente dedicato alle vendite del Teatro alla Scala, che sia indipendente e non risenta di problematiche di vendita relative ad eventi di altri organizzatori, stabilmente attivo 24/7 e dotato di adeguati e aggiornati sistemi di protezione rispetto ad azioni informatiche di disturbo esterno;
- 6.2 possibilità per il cliente di **scelta manuale** del posto sulla pianta del Teatro (aggiornamento in tempo reale al caricamento) oppure tramite algoritmi intelligenti di assegnazione automatica (**best seat**), definiti su indicazioni della Fondazione, che potrà anche scegliere in ogni momento quale di queste due modalità di selezione del posto è visualizzata di default dai clienti online;
- 6.3 funzionalità di **cross-selling** per suggerire al cliente, durante il processo d'acquisto, un prodotto correlato (ingressi del Museo per quel giorno se si acquista lo spettacolo o biglietti dello spettacolo di quella sera se si acquista l'ingresso del Museo, oppure programmi di sala e consumazioni al bar o anche proporre erogazioni liberali di sostegno);
- 6.4 possibilità di personalizzare **diversi layout del web-shop e creare a tutti gli effetti diversi web-shop** per percorsi di vendita speciali per specifici membri (ad esempio per gli UNDER30, per i correntisti dello Sponsor Intesa Sanpaolo, per gli abbonati che desiderano fare in autonomia il cambio turno, per le agenzie, hotel, scuole o altre istituzioni accreditate ad acquisti



di gruppi o a prezzi speciali, per i possessori di voucher open/libero per la scelta di utilizzo) oltre a un web-shop diversificato per il Museo Teatrale con grafica, event-list, tariffe e contingenti diversi dal web-shop principale, seppur mantenendo un'estetica affine e comune;

- 6.5 in caso di elevato carico di lavoro, il sistema deve contingentare l'accesso degli utenti con un sistema di "**gestione della coda**" virtuale, in maniera tale da non subire rallentamenti e tutelare gli utenti che stanno effettuando una transazione affinché non perdano la loro prenotazione;
- 6.6 funzione che consenta la restituzione dei biglietti non utilizzati da parte dei clienti, la **riassegnazione** degli stessi ad un nuovo acquirente online, il rimborso (parziale o totale) all'acquirente originario e la riemissione del biglietto con nuovo nominativo;
- 6.7 funzionalità per vincolare la vendita di **palchi interi** e/o per permettere l'acquisto di un palco intero superando i normali limiti d'acquisto impostati;
- 6.8 **anteprima** in una finestra del web-shop della visibilità del palcoscenico da ogni singolo posto selezionato dal cliente, tramite fotografie (anche a 360°, fisheye o con rendering 3D) concordate e autorizzate dalla Fondazione;
- 6.9 possibilità di mostrare nel web-shop, durante il processo d'acquisto, **disclaimer e alert** riguardanti la possibile visibilità limitata del posto e/o aspetti specifici delle condizioni d'uso;
- 6.10 sistema con **pagamento** delle vendite online con carta di credito, applicativi di pagamento digitale quali PayPal, ApplePay, Satispay, GooglePay (indicare quanti e quali possibili sull'offerta tecnica) e home banking (in particolare, ma non esclusivamente, il Sistema home banking di Intesa Sanpaolo);
- 6.11 impostazione a discrezione della Fondazione di un termine di **tempo massimo** entro il quale le transazioni online non finalizzate vengono automaticamente annullate (di norma 15');
- 6.12 **emissione e invio dei biglietti e-ticket in pdf** tramite email al cliente finale e della relativa ricevuta di acquisto (recante un codice univoco e tutte le



informazioni richieste dalla Fondazione tra cui anche loghi), con contestuale emissione del sigillo fiscale;

6.13 **area riservata** del cliente sul web-shop in cui poter verificare e modificare i propri dati anagrafici e di login, navigare la propria cronologia di acquisti, ricaricare e ristampare biglietti elettronici già acquistati, accedere a offerte speciali dedicate anche con sistemi di fidelizzazione (ad esempio a punti cumulati tramite acquisti e/o importo speso sul web-shop);

6.14 sistema online interamente in lingua italiana, inglese, francese, tedesca, russa: indicare nell'offerta tecnica quante e quali ulteriori lingue disponibili.

7 PUNTI VENDITA

Il Soggetto Aggiudicatario dovrà garantire la disponibilità e la possibilità tecnica di interfacciare il proprio sistema di vendita con una rete di Punti Vendita specializzati.

L'interfaccia dovrà essere omologata dall'Agenzia delle Entrate con provvedimento di cui il titolare del sistema abbia depositato elenco all'Agenzia medesima, secondo quanto disposto dalla normativa vigente.

La Fondazione si riserva il diritto di selezionare, attivare e/o disattivare i Punti Vendita.

I Punti Vendita dovranno essere autonomi, tenendone i costi relativi a proprio carico, nell'emettere i biglietti acquistati in formato pdf e-ticket e nell'invio (congiuntamente alla ricevuta di acquisto con logo del Teatro alla Scala e dello Sponsor Principale della Stagione) per email al cliente finale. La transazione sarà contestualmente registrata dal sistema con emissione del relativo sigillo fiscale.

8 GESTIONE DEGLI INCASSI

Il servizio di prevendita è a carico del cliente finale, è determinato in via del tutto esclusiva dalla Fondazione e deve essere modificabile all'interno del periodo del contratto sia per periodo sia per singolo evento, progetto o attività promossa dalla Fondazione.

Il Soggetto Aggiudicatario si impegna a gestire gli incassi derivanti dalle vendite online, Call Center e Punti Vendita autorizzati abilitati come segue:



- 8.1 il cliente finale deve corrispondere al Fornitore o al Punto Vendita autorizzato abilitato il prezzo del biglietto maggiorato del servizio di prevendita;
- 8.2 la remunerazione del Fornitore sarà pari alle **commissioni di servizio** vendita sui biglietti venduti on-line, presso i Punti Vendita e il call center (si intendono esclusi gli abbonamenti e i biglietti venduti in biglietteria), calcolate in percentuale sul prezzo del biglietto compreso ogni maggiorazione di prevendita (è possibile differenziare la commissione proposta fra prodotti del Museo e del Teatro), a carico della Fondazione nella misura derivante dall'esito della gara. Le commissioni di servizio sui biglietti e servizi del Teatro alla Scala saranno a carico del Teatro; le commissioni di servizio sui biglietti e servizi del Museo Teatrale saranno a carico del Teatro;
- 8.3 non è prevista alcuna altra remunerazione e nessuna ulteriore maggiorazione può essere addebitata al cliente finale, a eccezione di quelle richieste e concordate con la Fondazione (es. suddette commissioni sui prodotti del museo o servizi aggiuntivi concordati);
- 8.4 per utenti online in area non euro il prezzo dovrà essere espresso nella valuta di pagamento assicurando la garanzia del cambio in tempo reale all'atto della finalizzazione dell'acquisto;
- 8.5 impegno al versamento (pro-soluto) alla Fondazione di tutti i corrispettivi derivanti dalla vendita dei biglietti e/o degli abbonamenti (unitamente agli importi relativi ai diritti di prevendita se previsti) con periodicità decadale e precisamente:
 - 1a decade: incassi dal 1° al 10° giorno di ogni mese solare;
 - 2a decade: incassi dall'11 al 20° giorno di ogni mese solare;
 - 3a decade: incassi dal 20° giorno alla fine di ogni mese solare.
- 8.6 il versamento degli incassi relativi ai periodi suindicati dovrà essere effettuato, mediante bonifico bancario, entro 10 giorni lavorativi dalla scadenza di ciascuna decade (i tempi di accredito costituiscono criterio di valutazione). Si specifica che il Fornitore è tenuto a trasferire alla Fondazione il totale delle somme incassate non potendo in alcun modo e



per nessuna ragione trattenere l'importo delle proprie commissioni sul totale incassato né compensare i relativi crediti;

- 8.7 impegno a tenere manlevata la Fondazione da qualsivoglia pretesa e/o danno causato dal funzionamento del Sistema di vendita online verso qualsivoglia cliente finale/soggetto terzo, ivi compreso eventuale uso illegittimo dei dati dei clienti finali;
- 8.8 possibilità di utilizzo, su richiesta della Fondazione, di altri circuiti di vendita o servizi di call center del Fornitore per la promozione di tutti o di alcuni spettacoli del Teatro secondo modalità concordate preventivamente;
- 8.9 alla Fondazione sarà garantito in ogni caso il corrispettivo delle vendite anche in caso di insolvenza del cliente finale.

9 REPORTISTICA

Ad integrazione dei modelli obbligatori previsti dalla vigente normativa fiscale, il Soggetto Aggiudicatario mette la Fondazione nelle condizioni di produrre in autonomia report statistici di vendita e di raffronto con gli anni precedenti. A titolo meramente esemplificativo si fornisce un elenco della reportistica minima (da considerare sempre declinata sia per le attività del Teatro che del Museo) fatta salva la facoltà della Fondazione di richiedere modifica o implementazione di nuova reportistica anche dopo l'aggiudicazione del servizio:

- vendite (al netto degli storni/annulli) **per singolo operatore**, da data a data di incasso (anche cumulativo per più operatori assieme) con totale e suddivisione per metodi di pagamento e per prodotto;
- vendite (al netto degli storni/annulli) **per singola cassa**, da data a data di incasso (anche cumulativo per più casse assieme) con totale e suddivisione per metodi di pagamento e per prodotto;
- **anticipi, sospesi e saldi** per singolo spettacolo;
- **acquisti per anagrafica del singolo cliente** con biglietti, abbonamenti e tutti gli altri prodotti venduti e prenotati, con dettaglio del posto e del pagamento effettuato;

- **vendite per tipologia/sistema di pagamento** utilizzato, con dettaglio del relativo periodo e canale di vendita;
- **incassi per evento**, da data a data; con dettaglio relativo al periodo e al canale di vendita;
- **incassi complessivi**, da data a data, con dettaglio relativo al periodo, ai canali di vendita e alla suddivisione per prodotto venduto;
- **vendite e prenotazioni** degli spettacoli compresi in intervallo di tempo da determinare;
- **vendite per singolo canale** (biglietteria locale e vendite remote), anche cumulativo per più canali assieme;
- **anagrafiche clienti** per singolo evento o più eventi, con dettaglio relativo al periodo e al canale di vendita;
- prospetto temporale **omaggi emessi**, esenzioni e eccedenze, estraibile per periodo di emissione, per tipologia di biglietto (es. compratore), per cassa e operatore di emissione;
- **voucher** emessi, riscossi e residui per periodo di emissione, tipologia (abbonamenti o biglietti), cliente o periodo di validità;
- **titoli annullati** per evento;
- **liquidazione del diritto d'autore** (mod.2/DA);
- **proventi non accessori** e proventi intestati a soggetti diversi dalla Fondazione ma generati dal medesimo sistema di vendita (es. bar);
- **commissioni maturate**, da data a data;
- funzionalità previste al punto 15 del **Provvedimento Agenzia Entrate 23/07/2001** (Funzioni di servizio);
- monitoraggio del venduto **giorno per giorno** per ciascuno spettacolo e del progresso cumulativo dell'incasso, con linea di tendenza per incasso atteso versus budget obiettivo e con possibile incrocio sullo stesso grafico di un segnalatore delle azioni di promozione effettuate data per data per quello specifico spettacolo.



Tutti i report devono prevedere la possibilità di stampa ed esportazione in formato CSV, Microsoft Excel e PDF e devono prevedere la possibilità di attingere dati da altri software interfacciati al sistema di biglietteria (vedasi Paragrafo 10) e che i dati stessi siano inseriti/corretti/modificati manualmente. Resta inteso che il Soggetto Aggiudicatario garantirà massima disponibilità, impegno e collaborazione nella creazione di reportistica ad hoc secondo le necessità della Fondazione.

10 INTEGRAZIONI E INTERFACCIABILITÀ

Il Sistema di Biglietteria registra le proprie informazioni (a titolo esemplificativo: dati degli spettacoli, dati anagrafici dei clienti, transazioni, tabelle prezzi) in un database che garantisca l'interfacciamento – ad esempio attraverso API e/o Web Services (da concordare) – con almeno i seguenti elementi:

- 10.1 il software **gestionale di amministrazione** della Fondazione per la riconciliazione e il riversamento automatico dei dati contabili (vendite, incassi, ecc.);
- 10.2 il software gestionale delle **attività di produzione** della Fondazione, per l'importazione dei dati di calendario (in un processo assistito alla creazione di nuove piante), sulla disponibilità all'affaccio in sala dal Museo e altre informazioni sugli spettacoli individuate dal Teatro, anche su dati storici delle Stagioni passate;
- 10.3 il software di **Content Management System** del sito web del Teatro per il recupero di dati sullo spettacolo (cast, immagini, ecc.) e per l'invio di informazioni sulla disponibilità di posti e di tariffe su ciascuna data;
- 10.4 il software di **CRM** del Teatro, per importazione, esportazione o sincronizzazione di singole utenze e relativo storico acquisti o di database profilati con interrogazioni Query, anche in tempo reale;
- 10.5 tutte le altre piattaforme del Teatro (sito, App, piattaforma streaming, sistema tablet sulle sedute, ecc.) che prevedono un login, per attuare un sistema di **Single Sign-on** e di accreditamento (sulla base di terminati acquisti) alla fruizione di determinati contenuti (ad esempio dei contenuti streaming o di specifiche offerte);



10.6 eventuali **siti o App esterni** (ad esempio di Online Travel Agencies o altre istituzioni) a i quali il Teatro decida di offrire la possibilità di effettuare interrogazioni e chiamate dirette al sistema di biglietteria, ivi incluse intere transazioni, oppure di essere utilizzate come sistemi di pagamento (ad esempio il canale 18app, società che gestiscono crediti di welfare aziendale o codici di riduzione/gratuità come il circuito card Musei regionale).

Resta inteso che il Soggetto Aggiudicatario garantirà massima disponibilità, impegno e collaborazione nella realizzazione delle interfacce richieste.

11 TRACCIABILITÀ E SICUREZZA

Il Soggetto Aggiudicatario si impegna a predisporre e attivare sul Sistema di Biglietteria le funzioni atte ad aumentare l'efficienza e la sicurezza informatica delle vendite online per contrastare il *secondary ticketing*, tutelare i consumatori, garantire l'ordine pubblico e salvaguardare il diritto di autore. In particolare:

- contrastare l'acquisto di biglietti attraverso procedure automatizzate esterne all'organizzatore e al fornitore;
- assicurare le procedure di tracciabilità (tramite log completo) delle operazioni di acquisto sia in back office sia online;
- regolare vincoli destinati a limitare acquisti plurimi non autorizzati di biglietti;
- rendere possibili controlli ex post diretti ad identificare e intervenire su tali acquisti plurimi.

12 FORNITURA HARDWARE e SOFTWARE

Il Soggetto Aggiudicatario, nell'ambito del servizio remunerato dalla percentuale omnicomprensiva prevista dall'offerta economica, si impegna a garantire la fornitura in opera, l'assistenza e la manutenzione dell'hardware e del software necessario al Sistema di biglietteria (postazioni di front-office, back-office, Servizio Promozione Culturale, Museo Teatrale, strumenti per il controllo accessi) di seguito indicato:

- doppio **server locale o in Cloud**, architettura fault-tolerance, doppia carta di attivazione e doppia gestione connettività con il Fornitore (principale e di backup);



- n. 15 **stampanti termiche** per l'emissione dei biglietti alle postazioni di front-office presso la biglietteria del Teatro e del Museo e alle postazioni di back-office individuate per le attività di emissione dei biglietti cartacei tradizionali;
- n. 20 apparecchi per il **controllo accessi** abilitati in contemporanea anche al controllo di titoli e/o documenti digitali (ad esempio tramite app per la verifica del Green Pass);
- n. 4 **stampanti per card** plastificate (es. carte fedeltà, gift card, ecc.);
- n. 1 **totem elettronico di vendita** biglietti, integrato con il sistema di biglietteria per interrogazione e integrazione delle schede anagrafiche dei clienti, visualizzazione della pianta e disponibilità dei posti in tempo reale, pagamento con carta di credito tramite pos incorporato, emissione del biglietto acquistato su stampante termica incorporata al totem stesso;
- nr. 2 **totem elettronici di registrazione** anagrafica dei clienti, integrati direttamente con il sistema di biglietteria per l'interrogazione e integrazione delle schede anagrafiche dei clienti, con emissione del codice univoco cliente su stampante termica incorporata al totem stesso e invio in tempo reale alla mail del cliente e con possibilità di integrazione con software di **gestione code a sportello**, fornito dal Soggetto Aggiudicatario stesso.

Per i totem di vendita e registrazione, sono richieste le seguenti lingue: italiano, inglese, francese, tedesco, spagnolo, russo e cinese (indicare nell'offerta tecnica quante e quali lingue aggiuntive disponibili).

13 ASSISTENZA E MANUTENZIONE

Il Soggetto Aggiudicatario si impegna a garantire alla Fondazione:

- 13.1 che i componenti hardware forniti sono oggetto di **garanzia** per tutta la durata del contratto: l'assistenza e la manutenzione dovranno avvenire sia per attività **preventiva** (interventi periodici di monitoraggio dei tempi di risposta, ottimizzazione e aggiornamento) che **correttiva** (in tutti i casi di disfunzione, inclusi sinistri accidentali o cause di forza maggiore, fatto salvo il caso di colpa o dolo);
- 13.2 i servizi di manutenzione correttiva devono comprendere la fornitura in **sostituzione di componenti** deterioratisi a causa di invecchiamento o



guasto nonché l'esecuzione di ogni controllo necessario a garantire il ripristino della piena funzionalità;

- 13.3 **teleassistenza per disfunzioni** del Sistema e risoluzione immediata per blocchi e/o urgenze operative, per la vendita online e relative modifiche alle pagine webshop, con reperibilità telefonica e email e garanzia di **intervento immediato** in loco in tutti i casi di disfunzioni o blocco del Sistema non risolti in teleassistenza; è richiesta la massima copertura e la massima flessibilità oraria (fascia minima dal lunedì alla domenica 8.30-20.30, indicare nell'offerta tecnica la fascia massima di copertura);
- 13.4 **servizio di help desk** (in italiano e inglese, indicare eventuali altre lingue supportate) al cliente online, per rispondere con tempestività (comunque al massimo entro 24 ore), esclusivamente tramite e-mail, a tutti i quesiti tecnici posti dallo stesso relativamente al processo di acquisto e pagamento online;
- 13.5 **comunicazione** diretta con la Fondazione in caso di **interruzione del servizio online** e proroga dei termini per il completamento delle procedure d'acquisto da parte dei clienti finali, fino a ripristino completo dell'operatività del servizio.

14 SERVIZIO TELEFONICO DI VENDITA

Il Soggetto Aggiudicatario dovrà garantire la fornitura di servizi telefonici per le attività di vendita e prenotazione, sia per gli spettacoli del Teatro, sia per visite e ingressi al Museo.

Nello specifico si prevedono un minimo di 4 numeri telefonici differenziati in base al servizio svolto:

- numero dedicato agli Abbonati del Teatro alla Scala, per le attività di rinnovo e acquisto di nuovi abbonamenti, "cambio data", vendita di biglietti in prelazione esclusiva per gli Abbonati, vendita di Carnet e abbonamenti liberi;
- numero dedicato al Centro prenotazioni per le visite e ingressi al Museo Teatrale, con smistamento delle attività specifiche di prenotazioni per target di pubblico, ovvero (1.) Agenzie e tour operator, (2.) Gruppi scolastici organizzati, (3.) Privati.

L'invio dei biglietti acquistati avviene in formato elettronico per email direttamente all'acquirente, con possibilità, in casi da concordare, di ritiro dei

biglietti presso le Biglietterie (Teatro o Museo); in caso di abbonamenti si prevede la possibilità di invio in formato elettronico o di spedizione del tagliando d'abbonamento in formato cartaceo tradizionale.

Il costo del diritto di prevendita è a carico del cliente finale, il valore viene stabilito dalla Fondazione ed è differenziato in base al prodotto acquistato (in percentuale al biglietto intero per gli spettacoli del Teatro, a costo fisso per visite e ingressi al Museo).

L'incasso dei biglietti acquistati, incluso il costo del diritto di prevendita, viene versato alla Fondazione con cadenza mensile concordata, in base alla relativa reportistica dei servizi resi e dei prodotti venduti.

Requisiti minimi del servizio di call center:

- Apertura dal lunedì al sabato con orario dalle 10.00 alle 18.00.
- Lingue minime italiano e inglese.
- Accettazione del pagamento con carta di credito (Visa, Mastercard, American Express, Diners, JCB, Union Pay), voucher, gift card o altri sistemi di credito emessi dal software di biglietteria stesso.
- Strumenti avanzati di gestione, monitoraggio e controllo della qualità, statistiche di traffico, di vendita, di genere di servizio richiesto e di efficienza per operatore o gruppo di operatori.
- Messaggi in attesa con stima del tempo residuo e messaggi differenziati in orario e in periodo di chiusura.
- Segreteria telefonica in caso di tempi d'attesa oltre 20 minuti e attività outbound di recall per i messaggi lasciati in segreteria.
- Prenotazioni automatiche non assistite da operatore (solo per biglietti del Museo Teatrale).

15 AGGIORNAMENTI

Il Soggetto Aggiudicatario dovrà garantire, per tutta la durata del contratto e senza aggravio di costi per il Teatro, il controllo continuativo degli aggiornamenti software e ogni modifica al sistema richiesta dalla Fondazione con la finalità di:



- 15.1 vendere biglietti o abbonamenti secondo modalità efficaci, tracciabili, trasparenti e tracciabili;
- 15.2 vendere biglietti o abbonamenti (anche con riduzione o a titolo gratuito) secondo modalità concordate tra il Teatro e la clientela o i suoi ospiti, sponsor, ecc.;
- 15.3 migliorare la compatibilità del sistema con innovazioni di interfaccia o user experience, in particolare attraverso collegamenti API e/o Web Services con altre piattaforme e software individuati dalla Fondazione e grazie all'interfacciabilità totale dei dati;
- 15.4 adeguare il sistema ai cambiamenti derivanti da leggi, regolamenti, norme o da specifiche esigenze derivanti dalle modifiche del mercato, delle modalità di vendita e rimborso dei clienti, delle attività e dei servizi in cui opera la Fondazione.

16 MIGRAZIONE

Il Fornitore aggiudicatario dovrà garantire la migrazione automatizzata di tutti i dati necessari, utili e richiesti dalla Fondazione dal Sistema di Biglietteria attualmente in uso verso il nuovo Sistema. Si richiede inoltre che il Fornitore garantisca sempre l'esistenza di almeno una copia di backup e archivio dei database. Tempistiche e modalità della migrazione verranno valutate e condivise.

17 FORMAZIONE DEL PERSONALE

Il Fornitore dovrà garantire la formazione completa di tutto il personale richiesto dalla Fondazione nella fase di start-up del nuovo sistema. I corsi dovranno essere pianificati presso la sede della Fondazione e concludersi con la messa a regime del Sistema.

Il Fornitore dovrà inoltre essere disponibile a fornire risorse di personale già formato per l'attività di vendita allo sportello, in occasione di casi specifici e secondo le necessità della Fondazione sulla base di un listino orario da concordare.



18 VERIFICA TECNICA

Entro e non oltre 8 giorni lavorativi dall'aggiudicazione provvisoria, il Soggetto Aggiudicatario provvisorio dovrà rendersi disponibile ad una **verifica tecnica effettiva del Sistema**, in luogo e data da concordare, al fine di realizzare una dimostrazione pratica del proprio Sistema di biglietteria con mappatura effettiva della "pianta" del Teatro alla Scala e con l'utilizzo delle funzionalità essenziali indicate nei precedenti paragrafi.

Al termine della verifica tecnica, che avverrà in presenza dei delegati del Soggetto Aggiudicatario provvisorio e dei Responsabili individuati dalla Fondazione, verrà redatto e sottoscritto un verbale di esito.

Qualora il Sistema, a seguito di tale verifica, non risultasse pienamente rispondente alle esigenze specifiche della Fondazione espresse nel capitolato speciale, essa si riserva di richiedere la realizzazione delle modifiche necessarie entro 3 giorni lavorativi dalla verifica stessa. Ove tali modifiche non rispondessero a quanto richiesto dalla Fondazione, la stessa potrà non aggiudicare in via definitiva l'appalto e si rivolgerà – per l'affidamento dell'appalto – al Soggetto classificatosi al secondo posto nella graduatoria di gara, nei confronti del quale, a seguito della pronuncia dell'aggiudicazione provvisoria, ripeterà la procedura di verifica tecnica del Sistema.

19 REGOLAMENTAZIONE DEL WAY OUT

Al termine del rapporto contrattuale oggetto del presente Capitolato, il Soggetto Aggiudicatario si impegna a mettere a disposizione della Fondazione Teatro alla Scala tutti i dati di proprietà della Fondazione trattati nel corso del predetto rapporto, collaborando nella migrazione verso i futuri sistemi e in seguito cancellando questi dati dai propri sistemi. Si impegna inoltre a mantenere gli obblighi di garanzia e rispettare i diritti di riservatezza e di proprietà intellettuale della Fondazione.

20 CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

L'appalto verrà aggiudicato con il criterio dell'offerta economicamente e qualitativamente più vantaggiosa per la Fondazione, individuata sulla base dei parametri e dei criteri di valutazione indicati nel Disciplinare di gara e di seguito riassunti:



- L'offerta tecnica avrà un punteggio massimo di 70 punti su 100 così suddivisi:

REQUISITI TECNICI DEL SISTEMA:	
• Valutazione documentale	15
• Valutazione pratica	15
CAPACITÀ DI PERSONALIZZAZIONE, INTEGRAZIONE E DI SVILUPPO DEL SISTEMA	12
ASSISTENZA (disponibilità per operatori; online per clienti)	10
SERVIZIO CALL CENTER	10
TRACCIABILITÀ e SICUREZZA	2
TEMPI DI ACCREDITO DEGLI INCASSI	2
METODI DI PAGAMENTO ACCETTATI	2
LINGUE WEBSHOP/TOTEM REGISTRAZIONE	2

- L'offerta economica avrà un punteggio massimo di 30 punti su 100 così suddivisi:

OFFERTA ECONOMICA PER SERVIZIO DI BIGLIETTERIA DEL TEATRO (Commissioni sul venduto, vedasi punto 8.2)	22
OFFERTA ECONOMICA PER SERVIZIO DI BIGLIETTERIA DEL MUSEO TEATRALE (vedasi punto 8.2)	3
OFFERTA ECONOMICA PER IL CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE (vedasi punto 21)	5

21 SPONSORIZZAZIONE

Contestualmente all'offerta per la fornitura, il Soggetto Aggiudicatario può proporre un impegno (da sottoscrivere con clausola specifica nel contratto di appalto) a corrispondere alla Fondazione Teatro alla Scala un importo annuo a titolo di Sponsorizzazione. Qualora decidesse di farlo, l'importo annuo minimo proponibile è di Euro 50.000,00 (cinquantamila).



Il punteggio assegnato al criterio di valutazione “OFFERTA ECONOMICA PER CONTRATTO DI SPONSORIZZAZIONE” sarà soggetto ad incremento in funzione dell’offerta presentata.

In ciascun anno coperto dal contratto di appalto la corresponsione dell’importo relativo alla sponsorizzazione dovrà avvenire in due tranches a fronte di regolare fattura da parte della Fondazione:

- 50% entro il 30 Gennaio;
- 50% entro il 30 Luglio.

A fronte della sponsorizzazione la Fondazione fornirà al Soggetto Aggiudicatario, per tutta la durata del contratto di appalto:

- riconoscimento dello Status di “Fornitore Ufficiale dei servizi di biglietteria” del Teatro alla Scala;
- inserimento del logo del Soggetto Aggiudicatario nella pagina istituzionale di ringraziamento che il Teatro alla Scala dedica complessivamente ai propri “Fornitori Ufficiali” sul Calendario annuale della Stagione artistica (tiratura di 150.000 copie all’anno) e su tutti i Programmi di sala della Stagione Artistica (tiratura pari a circa 200.000 copie all’anno);
- inserimento del logo del Soggetto Aggiudicatario nel sito istituzionale del Teatro alla Scala, esclusivamente nella pagina dedicata all’insieme dei “Fornitori Ufficiali” (si segnala che in tutte le pagine del sito istituzionale della Fondazione, così pure nelle pagine di vendita, appare in posizione visibile il logo dello Sponsor Principale della Stagione Artistica del Teatro alla Scala (Intesa Sanpaolo);
- diritto di utilizzare la referenza e lo status di “Fornitore Ufficiale dei servizi di biglietteria” del Teatro alla Scala per i contatti commerciali del Soggetto Aggiudicatario.

Si segnala che non è consentito, né autorizzato, l’uso del marchio e di ogni altro segno distintivo della Fondazione Teatro alla Scala.