

CRITERI DI AGGIUDICAZIONE

1. Criteri di aggiudicazione

La gara sarà aggiudicata con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa, ai sensi dell'art. 83 del D. Lgs 163/06, a favore del concorrente che avrà ottenuto il punteggio complessivo più elevato risultante dalla somma dei punteggi tecnici ed economici di seguito indicati.

	Punteggio Massimo
Offerta Tecnica (PT)	55
Offerta Economica (PE)	45
Ptot = PT + PE	100

1.1 Punteggio Tecnico

Il punteggio tecnico (max 55 punti) sarà attribuito sulla base di apposita "Relazione Tecnica" che, a pena l'esclusione, il concorrente dovrà produrre in gara secondo le modalità indicate nel disciplinare di gara.

La Relazione Tecnica dovrà essere articolata secondo i paragrafi sotto riportati (A, B, C, D, E) e contenere in maniera puntuale e dettagliata i dati e le informazioni necessari per la valutazione degli elementi richiesti, come di seguito specificati.

Tale relazione tecnica dovrà essere redatta, in un massimo di 100 pagine formato A4, dattiloscritte su una sola facciata utilizzando un font tipo Arial 11. Possono essere presentate separatamente grafici e schede tecniche.

Si precisa che nel caso di informazioni assenti o insufficienti ad esprimere una valutazione su uno o più elementi l'offerta sarà esclusa dalla gara.

Il punteggio tecnico (PT) è composto dai seguenti elementi e sub-elementi:

Paragrafo	Elemento	Pmax
A	Progetto di riqualificazione integrale del sistema di comunicazione pubblicitaria statica nell'ambito delle linee metropolitane e delle Funicolari. Il progetto di riqualificazione dovrà prevedere il rinnovo dei sistemi di comunicazione entro i primi 24 mesi di contratto.	10
B	Progetto di riqualificazione integrale del sistema di comunicazione pubblicitaria dinamica nell'ambito delle linee metropolitane e delle Funicolari con ricorso a device/applicazioni digitali e lo sfruttamento dell'interazione tra passeggero e pubblicità/impianti.	15

C	Progetto di riqualificazione integrale del sistema di comunicazione pubblicitaria statica e dinamica nell'ambito dell'asset dei mezzi di superficie. Il progetto di riqualificazione dovrà prevedere il rinnovo dei sistemi di comunicazione entro i primi 24 mesi di contratto.	10
D	Progetto di riqualificazione integrale del sistema di gestione degli avvisi alla clientela, delle campagne istituzionali e della segnaletica nell'ambito delle linee Metropolitane, delle Funicolari e sui Mezzi di Superficie. Il progetto di riqualificazione dovrà prevedere il rinnovo dei sistemi di comunicazione e degli impianti, oltre alla stampa, l'affissione e la rimozione degli avvisi, del materiale di comunicazione delle campagne istituzionali e della segnaletica.	10
E	Piano di marketing dell'asset affidato, suddiviso per: <ul style="list-style-type: none"> ▪ asset su ferro ▪ asset veicoli di superficie. ▪ asset infrastrutture di sosta 	10
TOTALE PUNTEGGIO MAX		55

Riguardo al Paragrafo "A" saranno oggetto di valutazione la quantità e le caratteristiche degli impianti proposti, l'attenzione all'inserimento all'interno degli ambienti cui saranno destinati, le modalità operative prescelte per l'esecuzione degli interventi (premiando quelle a minor impatto sulla regolarità di esercizio e sugli oneri a carico di ANM) le modalità di gestione dell'asset una volta realizzato.

Riguardo al Paragrafo "B" saranno oggetto di valutazione la quantità e le caratteristiche tecnologiche delle soluzioni e degli impianti proposti, l'attenzione all'inserimento all'interno degli ambienti cui saranno destinati minimizzandone l'impatto anche attraverso l'impiego delle nuove tecnologie, le modalità operative prescelte per l'esecuzione degli interventi (premiando quelle a minor impatto sulla regolarità di esercizio e sugli oneri a carico di ANM), le modalità di gestione dell'asset una volta realizzato, il programma temporale di esecuzione degli interventi (non superiore a 36 mesi).

Riguardo al Paragrafo "C" saranno oggetto di valutazione la quantità e le caratteristiche degli impianti proposti, le modalità operative prescelte per l'esecuzione degli interventi (premiando quelle a minor impatto sulla regolarità di esercizio e sugli oneri a carico di ANM), le modalità di gestione dell'asset una volta realizzato.

Riguardo al Paragrafo "D" saranno oggetto di valutazione la quantità e le caratteristiche delle soluzioni proposte, le modalità operative prescelte per l'esecuzione degli interventi (premiando quelle a minor impatto sulla regolarità di esercizio e sugli oneri a carico di ANM), il programma temporale di esecuzione degli interventi (non superiore a 12 mesi), il numero

annuale delle campagne istituzionali (non superiore a 10) le modalità relative alla esecuzione, gestione, diffusione e rimozione dei messaggi.

Riguardo al Paragrafo "E", il Piano di Marketing dovrà essere redatto su un orizzonte temporale di 5 anni e sarà oggetto di rianalisi ai fini del prolungamento contrattuale. Il Piano dovrà essere redatto secondo il seguente schema:

- Analisi della situazione
- Definizione delle variabili esterne
- Posizionamento
- Azioni di marketing
- Piano operativo di azione (tempi di azione, responsabilità ed economics)
- Risultati attesi (in termini di indicatori oggettivi e misurabili)

I punteggi tecnici, per ciascun elemento, saranno attribuiti sulla base della seguente formula:

$$PT (ij) = \sum W (j) * V (ij)$$

dove:

- PT (ij) = punteggio tecnico attribuito all'offerta "i" per il sub-elemento "j";
- W (j) = punteggio massimo attribuibile per il sub-elemento discrezionale "j";
- V (ij) = coefficiente, variabile tra 0 e 1, attribuito all'offerta "i" per il sub-elemento "j";

Si precisa che l'attribuzione dei coefficienti di valutazione V(ij) relativi agli elementi di valutazione tecnica avverrà mediante la trasformazione in coefficienti variabili tra zero ed uno della somma dei valori attribuiti dai singoli commissari mediante il "confronto a coppie" secondo le linee guida illustrate nell'allegato G del DPR 207/2010.

Nel confronto a coppie i commissari potranno esprimere le seguenti preferenze:

- preferenza massima 6
- preferenza grande 5
- preferenza media 4
- preferenza piccola 3
- preferenza minima 2
- parità 1

Una volta terminati i "confronti a coppie", saranno sommati i valori attribuiti ad ogni offerta da parte di tutti i commissari. Tali somme provvisorie vengono trasformate in coefficienti definitivi, riportando ad uno la somma più alta e proporzionando a tale somma massima le somme provvisorie prima calcolate.

Nel caso in cui le offerte da valutare siano inferiori a tre, i coefficienti saranno determinati attraverso la media dei coefficienti, variabili tra zero ed uno, attribuiti discrezionalmente dai singoli commissari. In tale ultimo caso, si procederà secondo la seguente scala di giudizio:

- giudizio eccellente coefficiente pari a 1,00
- giudizio ottimo coefficiente pari a 0,75
- giudizio buono coefficiente pari a 0,50
- giudizio discreto coefficiente pari a 0,25
- giudizio sufficiente coefficiente pari a 0

Pertanto, per ogni concorrente, ciascun commissario attribuirà il proprio giudizio (cui corrisponde il coefficiente come sopra indicato) a ciascuno degli elementi oggetto di valutazione. I coefficienti definitivi saranno quindi determinati attraverso la media dei coefficienti attribuiti come sopra dai singoli commissari.

Tutti i punteggi verranno espressi fino alla terza cifra decimale.

1.2 Punteggio Economico

Il punteggio economico (PE) sarà attribuito come segue.

a) Canone annuo minimo garantito (max punti 25)

L'offerta economica dovrà indicare i seguenti valori del canone annuo minimo garantito:

- MG1: canone annuo minimo garantito per la sfruttamento degli spazi pubblicitari riferiti ai veicoli di superficie (minimo € 600.000)
- MG2: canone annuo minimo garantito per la sfruttamento degli spazi pubblicitari riferiti a linea metropolitana, funicolari e parcheggi (minimo € 450.000)

Il canone annuo minimo garantito totale sarà costituito dalla somma $MG = MG1 + MG2$

Il punteggio (max. 25 punti) verrà attribuito sulla base della seguente formula:

$$PE1 = 25 \times (MG_i / MG_{max})$$

dove:

- MG_i è il canone annuo minimo garantito complessivo offerto dal concorrente "i-esimo"
- MG_{max} è il canone annuo minimo garantito offerto dal concorrente che ha proposto il valore complessivo più elevato

Non sono consentite offerte al ribasso rispetto alle basi d'asta individuate.

In caso di discordanza tra importo indicato in cifre e in lettere, è valida l'indicazione in lettere.

b) Royalty - percentuale di retrocessione del fatturato (max punti 20)

L'offerta economica dovrà indicare i seguenti valori della royalty - percentuale di retrocessione fissa sul fatturato (come definito dal capitolato):

- **Royalty - Vetture di Superficie – (max punti 10)**

Il punteggio R1 verrà attribuito come segue: saranno attribuiti due punti, fino a un massimo di 10 punti, per ogni punto percentuale di rialzo rispetto alla base d'asta fissata al 40%.

- **Royalty – Metropolitana, Funicolari e Parcheggi - (max punti 10)**

Il punteggio R2 verrà attribuito come segue: saranno attribuiti due punti, fino a un massimo di 10 punti, per ogni punto percentuale di rialzo rispetto alla base d'asta fissata al 35%.

Nel caso le percentuali di royalty offerte risultino valori non interi, i punteggi saranno attribuiti mediante interpolazione lineare.

Il punteggio complessivo per la Royalty (max 20 punti) sarà pari a **PE2 = R1 + R2**

Il punteggio complessivo relativo all'offerta economica sarà invece pari a **PE = PE1 + PE2**

2. Aggiudicazione

L'aggiudicazione provvisoria avverrà in favore del concorrente che avrà totalizzato il punteggio complessivo più elevato risultante dalla somma dei punteggi tecnici ed economici di seguito indicati

$$\mathbf{Ptot = PT + PE}$$