

**PROCEDURA DI SELEZIONE PER L’AFFIDAMENTO IN
CONCESSIONE DELL’ESERCIZIO E DELLO SVILUPPO DEI GIOCHI
NUMERICI A TOTALIZZATORE NAZIONALE**

Allegato D

**ISTRUZIONI PER LA REDAZIONE DEL
PROGETTO DI SVILUPPO, CRITERI E MODALITÀ DI VALUTAZIONE**

INDICE

PREMESSA	3
PARTE PRIMA: STRUTTURA E CONTENUTI DEL PROGETTO	4
1. REQUISITI DI BASE DEL PROGETTO DI SVILUPPO DEI GIOCHI NUMERICI A TOTALIZZATORE NAZIONALE	4
1.1 Strategia di sviluppo delle formule di gioco	4
1.2 Strategia di sviluppo dei canali distributivi	4
1.3 Marketing, comunicazione ed informazione	4
2. CONTENUTI DEL PROGETTO	5
2.1 Strategia di sviluppo delle formule di gioco	5
2.2 Sviluppo dei canali distributivi	5
2.3 Marketing, comunicazione ed informazione	6
PARTE SECONDA: CRITERI E REGOLE DI VALUTAZIONE	8
3. VALUTAZIONE DEL PROGETTO	8
3.1 Modalità di valutazione dei singoli elementi del progetto	9

PREMESSA

Il presente documento fornisce le indicazioni per la redazione del **progetto di sviluppo dei giochi numerici a totalizzatore nazionale**, che è presentato dal **candidato** con la **domanda di partecipazione**, entro i termini e secondo le modalità definite al capitolo 11 del **capitolato d'oneri**, e costituisce uno degli elementi per la valutazione dell'offerta.

In ragione della durata della **concessione**, è richiesta al **candidato**, una descrizione delle direttrici di azione per lo sviluppo del segmento dei **giochi numerici a totalizzatore nazionale**

In caso di **aggiudicazione** e di successiva stipula dell'**atto di convenzione**, i contenuti del suddetto progetto presentato dal **candidato** sono recepiti nel **capitolato di sviluppo**, di cui al all'articolo 15 dello **schema di atto di convenzione**, che diviene parte integrante dell'**atto di convezione** medesimo.

Il presente documento si articola in due parti:

- ❖ nella parte prima sono riportati i requisiti di base che devono informare il **progetto di sviluppo** presentato dal **candidato**, fermo restando che devono essere rispettate integralmente anche tutte le ulteriori prescrizioni del **capitolato tecnico**; sono inoltre indicati gli argomenti che il **candidato** deve sviluppare per caratterizzare il proprio progetto;
- ❖ la parte seconda indica i criteri di valutazione e le modalità di attribuzione del punteggio al progetto presentato.

PARTE PRIMA: STRUTTURA E CONTENUTI DEL PROGETTO

1. REQUISITI DI BASE DEL PROGETTO DI SVILUPPO DEI GIOCHI NUMERICI A TOTALIZZATORE NAZIONALE

1.1 Strategia di sviluppo delle formule di gioco

Tra gli obiettivi dell'affidamento in **concessione** dei **giochi numerici a totalizzatore nazionale** assume notevole rilievo il consolidamento dei **giochi numerici a totalizzatore nazionale** e dei relativi **giochi opzionali e complementari** nonché lo sviluppo di nuovi giochi nell'ambito del segmento di mercato dei giochi affidato.

1.2 Strategia di sviluppo dei canali distributivi

L'esplorazione e lo sviluppo di nuovi canali distributivi, sia fisici che a distanza, si presenta molto interessante per i **giochi numerici a totalizzatore nazionale**, poiché consente di allargare il mercato dei consumatori e di contrastare la possibile erosione della raccolta ad opera di giochi concorrenti.

1.3 Marketing, comunicazione ed informazione

Le azioni di comunicazione e di informazione sono finalizzate a favorire un maggiore coinvolgimento di nuovi consumatori, evitando nel contempo la generazione di fenomeni di "cannibalizzazione" rispetto ad altri giochi del portafoglio **AAMS**, e ad evitare fenomeni di stagnazione del gioco.

Si ricorda al **candidato** che, pena l'esclusione dalla **procedura di selezione**, l'importo dell'investimento riguardante gli interventi di comunicazione e di informazione relativi ai **giochi numerici a totalizzatore nazionale** deve essere indicato solo ed esclusivamente nell'**offerta economica** secondo quanto previsto al paragrafo 12.3, lettera d) del capitolato d'oneri.

2. CONTENUTI DEL PROGETTO

2.1 Strategia di sviluppo delle formule di gioco

Il **progetto di sviluppo** deve contenere almeno la trattazione dei temi indicati di seguito:

- descrizione, sulla base delle proprie valutazioni del mercato attuale e dei possibili scenari evolutivi, degli aspetti relativi a
 - evoluzione attesa del comportamento dei consumatori;
 - potenzialità offerte dall'evoluzione della tecnologia;
 - segmentazione del mercato e principali caratteristiche delle nuove formule di gioco;
- interventi per il sostegno e lo sviluppo dei **giochi numerici a totalizzatore nazionale** e dei relativi **giochi opzionali e complementari** allo scopo di ampliare il mercato dei consumatori e ottimizzare la raccolta, con particolare riferimento alle innovazioni ed agli adeguamenti delle formule di gioco già commercializzate;
- descrizione del ciclo di sviluppo di nuovi giochi, delle relative modalità e delle fasi di identificazione con riferimento particolare a
 - individuazione della domanda potenziale;
 - progettazione del gioco;
- composizione percentuale del fatturato atteso al termine del quinto anno della **concessione** articolato per gioco (tradizionali o nuove formule sviluppate dal **concessionario**);
- ogni ulteriore elemento che il candidato ritenga utile al fine di qualificare il progetto presentato.

2.2 Sviluppo dei canali distributivi

Il progetto presentato dal **candidato** dovrà sviluppare i temi indicati di seguito:

- quadro generale della dinamica di sviluppo dei canali e possibili opportunità per i **giochi numerici a totalizzatore nazionale**; in particolare
 - evoluzione della struttura dei canali distributivi fisici;
 - evoluzione delle abitudini di acquisto dei consumatori;
 - evoluzione della struttura dei canali telematici;
 - scenari per l'apertura del gioco a nuovi mercati o inserimento del gioco nei circuiti internazionali esistenti (in base ad accordi transnazionali).
- strategia di sviluppo del canale fisico, con particolare riferimento a
 - evoluzione delle relazioni contrattuali con i retailer in termini di prospettive di sviluppo e di formule di incentivazione;
 - tipologie di punti di accesso fisico, prospettive di evoluzione ed allargamento;
- strategia di sviluppo di nuovi canali “a distanza” (internet, tv interattiva, telefono) con riferimento a
 - benefici attesi da ogni nuovo canale (accesso, esperienza..) e segmento di consumatori al quale si rivolge;
 - modalità di introduzione del nuovo canale (partner, modalità di distribuzione e di pagamento);
- composizione percentuale del fatturato atteso al termine del quinto anno della **concessione** articolato per gioco e canale distributivo (fisico, a distanza, estero);
- ogni altro elemento che il candidato consideri utile per la qualificazione del progetto presentato.

2.3 Marketing, comunicazione ed informazione

Il progetto presentato dal **candidato**, sulla base delle proprie valutazioni circa le dinamiche evolutive del mercato, dovrà sviluppare i temi indicati di seguito:

- linee guida delle strategie di marketing, comunicazione ed informazione con particolare riferimento agli interventi di diffusione e posizionamento dei marchi nel segmento di mercato analizzato;
- descrizione del piano di comunicazione ed informazione, con particolare riferimento a:
 - azioni pubblicitarie, attraverso la descrizione del mix dei media e dei canali informativi che il **candidato** intende utilizzare:
 - TV e Radio (emittenti da utilizzare, tipologia di iniziativa);
 - Stampa quotidiana, periodica e specializzata;
 - Internet, telefonino, TV interattiva;
 - azioni promozionali (sponsorizzazioni, promozioni al consumo e programmi di fidelizzazione);
 - politiche di incentivazione della rete di vendita;
 - merchandising;
- ogni altro elemento che il candidato consideri utile per la qualificazione del progetto presentato.

PARTE SECONDA: CRITERI E REGOLE DI VALUTAZIONE

3. VALUTAZIONE DEL PROGETTO

L'assegnazione del punteggio, per un massimo di 15 punti, al **progetto di sviluppo** presentato da ogni singolo **candidatosi** effettua secondo lo schema seguente.

Tabella 1

<u>Elementi per la valutazione</u>	Punteggio massimo
Strategia di sviluppo delle formule di gioco	9
Sviluppo dei canali distributivi	3
Marketing, comunicazione e informazione	3

Ciascuno dei suddetti elementi per la valutazione è valutato con le modalità indicate al successivo paragrafo 3.1.

3.1 Modalità di valutazione dei singoli elementi del progetto

La valutazione qualitativa è effettuata dalla commissione in relazione alle migliori prassi usate in analoghi contesti aziendali, relativi alla commercializzazione di prodotti e servizi rivolti al mercato dei consumatori finali, con riferimento alla coerenza e solidità complessiva del progetto. Il progetto è valutato qualitativamente dalla commissione in termini di potenzialità di contrasto al gioco illegale, di raccolta di gioco e di soddisfazione delle esigenze dei consumatori.

I progetti presentati dai **candidati** sono in componenti omogenee, elencate nella tabella 2 per le “strategia di sviluppo delle formule di gioco”, nella tabella 3 per lo “sviluppo dei canali distributivi” e nella tabella 4 per le attività di “marketing, comunicazione e informazioni”. Ciascuna componente è oggetto di distinte valutazioni. Per ogni componente del progetto, sono prese in considerazione sia l' idoneità della soluzione prospettata, che la qualità ed esaustività della descrizione progettuale.

Per ciascuna delle suddette componenti è assegnato un punteggio elementare provvisorio compreso tra 1 e 10; la sommatoria dei punteggi elementari provvisori assegnati, opportunamente pesati in base ai coefficienti percentuali indicati nelle rispettive tabelle 2, 3 e 4, rappresenta il punteggio complessivo provvisorio realizzato da ciascun **candidato**.

Al **candidato**, il cui progetto, relativamente allo specifico “elemento per la valutazione”, ottiene il punteggio complessivo provvisorio più elevato, è assegnato il punteggio di valutazione massimo previsto, indicato nella tabella 1, pari rispettivamente a 9, 3, 3 punti. Agli altri **candidati** è assegnato il punteggio di valutazione che si ottiene moltiplicando il valore massimo per il rapporto tra il punteggio complessivo provvisorio realizzato e quello del progetto che ha ottenuto il punteggio di valutazione massimo.

Saranno oggetto di valutazione preferenziale le iniziative proposte che presentano caratteristiche di concreta realizzazione e fattibilità, comprovate da idonea documentazione relativa, ad esempio, ad accordi commerciali, *business plan* dettagliati, esperienza analoghe anche sul mercato estero.

Tabella 2: Strategia di sviluppo delle formule di gioco

Componente	Principali fattori di valutazione	Peso
Analisi del mercato e scenari evolutivi	Evoluzione attesa del comportamento dei consumatori e segmentazione del mercato Potenzialità offerte dall'evoluzione della tecnologia	20%
Proposte di sostegno e sviluppo delle formule di gioco attuali	Interventi per il sostegno e lo sviluppo dei giochi numerici a totalizzatore nazionale e dei relativi giochi opzionali e complementari . Iniziative per ampliamento del mercato con particolare riferimento alle innovazioni ed agli adeguamenti delle formule di gioco	50%
Proposte per nuove formule di gioco	Descrizione del ciclo di sviluppo di nuovi giochi, delle relative modalità e fasi Percentuale di fatturato atteso al termine del quinto anno della concessione per le nuove formule di gioco	30%

Tabella 3: Sviluppo dei canali distributivi

Componente	Principali fattori di valutazione	Peso
Analisi degli attuali canali e strategie di potenziamento	Quadro generale della dinamica di sviluppo dei canali e possibili opportunità per i giochi numerici a totalizzatore nazionale	50%
Piano di sviluppo nuovi canali e modalità di introduzione	Strategie di sviluppo del canale fisico Strategia di sviluppo di nuovi canali “a distanza” Percentuale di fatturato atteso al termine del quinto anno della concessione articolato per gioco e canale distributivo	50%

Tabella 4: Marketing, comunicazione e informazione

Componente	Principali fattori di valutazione	Peso
Strategie di marketing e comunicazione	Linee guida delle strategie di marketing, comunicazione ed informazione con particolare riferimento agli interventi di diffusione e posizionamento dei marchi nel segmento di mercato analizzato	40%
Piano di comunicazione ed informazione	azioni pubblicitarie azioni promozionali politiche di incentivazione della rete di vendita merchandising	60%