

AVVISO

CONSULTAZIONE PRELIMINARE DI MERCATO

Oggetto

Consultazione preliminare di mercato per l'eventuale affidamento del servizio di gestione delle campagne paid media del Gruppo FS propedeutica all'affidamento di una procedura di selezione avente ad oggetto prestazioni non strumentali allo svolgimento dell'attività di trasporto ferroviario (LIN 1206/2025)

I. PREMESSA

In applicazione dei principi di buona amministrazione, non discriminazione e trasparenza, **Ferservizi S.p.A.**, con sede in Piazza della Croce Rossa 1, 00161 Roma – capitale sociale Euro 8.170.000,00 partita IVA, Codice Fiscale e numero di iscrizione al Registro delle Imprese 04207001001, in nome e per conto di FSTechnology S.p.A. (di seguito anche “Ferservizi”), ha l’obiettivo di:

- garantire la massima pubblicità alle iniziative per assicurare la più ampia diffusione delle informazioni ed un celere svolgimento delle eventuali successive procedure di acquisto;
- ottenere la più proficua partecipazione da parte degli Operatori economici interessati a partecipare alla presente consultazione preliminare di mercato (di seguito anche “Consultazione”);
- pubblicizzare al meglio le caratteristiche qualitative e tecniche del servizio oggetto di Consultazione;

- Via Tripolitania, 30 - 00199 Roma
- Ferservizi S.p.A. – Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane
- Società con socio unico soggetta alla direzione e coordinamento di
- Ferrovie dello Stato Italiane S.p.A.
- Sede legale: Piazza della Croce Rossa, 1 - 00161 Roma
- Cap. Soc. Euro 8.170.000,00
- Iscritta al Registro delle Imprese di Roma
- Cod. Fisc. e P. Iva 04207001001- R.E.A. n. 741956



- ricevere, da parte dei soggetti interessati, osservazioni e suggerimenti per una più compiuta conoscenza del mercato;
- individuare le migliori soluzioni di mercato, con alto contenuto innovativo e forte impatto in termini di efficacia ed efficienza della soluzione proposta, di vantaggio o riduzione di impatti ambientali o sociali rivolti ai propri dipendenti, ai clienti o alla collettività;

Oggetto della presente Consultazione è l'affidamento del servizio di Gestione delle campagne paid media del Gruppo FS (di seguito "procedura di selezione"), rispetto al quale - previa presa visione dell'informativa sul trattamento dei dati personali pubblicata all'indirizzo https://eprocurement.gruppofs.it/esop/tlk-host/public/fs/web/informativa_privacy.html - Vi chiediamo di fornire il Vostro contributo compilando il questionario allegato al presente Avviso di cui all'Allegato 2; il questionario dovrà essere inviato secondo i termini e le modalità indicate al successivo Paragrafo V

Il Gestore del presente procedimento è Andrea Rosadi.

La presente procedura ha ad oggetto prestazioni non strumentali allo svolgimento dell'attività di trasporto ferroviario e pertanto il suo successivo eventuale affidamento non sarà sottoposto alla disciplina pubblicistica in materia di contratti pubblici.

Per la disciplina dell'eventuale affidamento, pertanto, trovano applicazione le disposizioni del Codice Civile; nonché leggi speciali o altre disposizioni di legge vigenti in materia di contratti di diritto privato.

II. SCOPO DELLA CONSULTAZIONE

La presente consultazione preliminare di mercato ha la specifica finalità di raccogliere informazioni utili per la preparazione della procedura di selezione ai fini del perfezionamento delle specifiche tecniche propedeutiche all'eventuale indizione di una successiva procedura di selezione da espletarsi in conformità alle disposizioni di legge vigenti in materia di contratti di diritto privato.

Pertanto, la presente Consultazione, è volta a:



- rendere noti i requisiti minimi tecnico – funzionali richiesti per l’eventuale successivo futuro affidamento della procedura di selezione di cui si ritiene necessario il possesso da parte degli Operatori economici esperti dello specifico settore di mercato;
- agevolare la preparazione della procedura di selezione, mediante la ricezione, da parte degli Operatori economici che manifestino interesse a partecipare alla presente Consultazione, di contributi utili per il perfezionamento delle specifiche tecniche propedeutiche all’eventuale successiva indizione di una procedura di selezione da espletarsi in base alla disciplina di cui sopra;
- avviare un dialogo informale con gli Operatori economici partecipanti alla Consultazione, onde ricevere dai medesimi osservazioni, suggerimenti e informazioni circa ulteriori specifiche tecniche della procedura di selezione.

III. DESCRIZIONE DELL’OGGETTO DELL’INIZIATIVA E REQUISITI MINIMI TECNICO – FUNZIONALI

La società FSTechnology S.p.A. del Gruppo FS ha avviato un progetto di implementazione di un sistema per la gestione e monitoraggio delle campagne Paid Media del Gruppo FS. Tale sistema è concepito per centralizzare, ottimizzare e automatizzare sia la gestione delle campagne pubblicitarie, garantendo al contempo trasparenza e conformità normativa, in termini di pianificazione, controllo, monitoraggio ed efficienza. La durata del servizio è stimata a 60 giorni a decorrere dalla stipula.

Si rimanda all’Allegato 3 al presente Avviso per la descrizione di dettaglio del servizio oggetto della presente Consultazione e dei relativi requisiti tecnico-funzionali minimi richiesti che l’oggetto della procedura di selezione dovrà soddisfare.

In particolare, sarà cura dell’Operatore economico compilare il questionario riportato nel succitato Allegato 2.

IV. REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Si precisa che ai fini della successiva eventuale procedura di selezione che potrà essere indetta per l’affidamento del servizio oggetto della presente Consultazione, nonché per la stipula del relativo eventuale Contratto, l’Operatore economico non dovrà trovarsi nelle seguenti cause ostative alla



stipula del rapporto contrattuale. In particolare, si rappresenta che costituiscono cause ostative alla stipula del Contratto:

- i. la condanna definitiva per uno dei seguenti reati:
 - a) delitti, consumati o tentati, di cui agli articoli 416, 416-bis del codice penale ovvero delitti commessi avvalendosi delle condizioni previste dal predetto articolo 416-bis ovvero al fine di agevolare l'attività delle associazioni previste dallo stesso articolo, nonché per i delitti, consumati o tentati, previsti dall'articolo 74 del testo unico delle leggi in materia di disciplina degli stupefacenti e sostanze psicotrope, prevenzione, cura e riabilitazione dei relativi stati di tossicodipendenza, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 9 ottobre 1990, n. 309, dall'articolo 291-quater del testo unico delle disposizioni legislative in materia doganale, di cui al decreto del Presidente della Repubblica 23 gennaio 1973, n. 43 e dall'articolo 452-quaterdecies del codice penale, in quanto riconducibili alla partecipazione a un'organizzazione criminale, quale definita all'articolo 2 della decisione quadro 2008/841/GAI del Consiglio dell'Unione europea, del 24 ottobre 2008;
 - b) delitti, consumati o tentati, di cui agli articoli 317, 318, 319, 319-ter, 319-quater, 320, 321, 322, 322-bis, 346-bis, 353, 353-bis, 354, 355 e 356 del codice penale nonché all'articolo 2635 del codice civile;
 - c) false comunicazioni sociali di cui agli articoli 2621 e 2622 del codice civile;
 - d) frode ai sensi dell'articolo 1 della convenzione relativa alla tutela degli interessi finanziari delle Comunità europee, del 26 luglio 1995;
 - e) delitti, consumati o tentati, commessi con finalità di terrorismo, anche internazionale, e di eversione dell'ordine costituzionale, reati terroristici o reati connessi alle attività terroristiche;
 - f) delitti di cui agli articoli 648-bis, 648-ter e 648-ter.1 del codice penale, riciclaggio di proventi di attività criminosi o finanziamento del terrorismo, quali definiti all'articolo 1 del decreto legislativo 22 giugno 2007, n. 109;
 - g) sfruttamento del lavoro minorile e altre forme di tratta di esseri umani definite con il decreto legislativo 4 marzo 2014, n. 24;



- h) ogni altro delitto da cui derivi, quale pena accessoria, l'incapacità di contrattare con la pubblica amministrazione;
- ii. la sussistenza di una delle cause di decadenza, di sospensione o di divieto previste dall'articolo 67 del d.lgs. n. 159/2011 o di un tentativo di infiltrazione mafiosa di cui all'articolo 84, comma 4, del medesimo decreto. Resta fermo quanto previsto dagli articoli 88, comma 4-bis, e 92, commi 2 e 3, del codice di cui al decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 del 2011, con riferimento rispettivamente alle comunicazioni antimafia e alle informazioni antimafia. La causa di esclusione di cui all'articolo 84, comma 4, del medesimo codice di cui al decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 del 2011 non opera se, entro la data dell'assegnazione/affidamento, l'impresa sia stata ammessa al controllo giudiziario ai sensi dell'articolo 34-bis del medesimo decreto legislativo codice. In nessun caso l'assegnazione /affidamento può subire dilazioni in ragione della pendenza del procedimento suindicato;
- iii. sottoposizione a liquidazione giudiziale o l'essere in stato di liquidazione coatta o di concordato preventivo o l'esistenza di un procedimento in corso per l'accesso a una di tali procedure, fermo restando quanto previsto dall'articolo 95 del codice della crisi di impresa e dell'insolvenza, di cui al decreto legislativo 12 gennaio 2019, n. 14, dall'articolo 186-bis, comma 5, del regio decreto 16 marzo 1942, n. 267 e dall'articolo 124 del Codice. La causa ostativa non opera se, entro la data dell'assegnazione/affidamento, sono stati adottati i provvedimenti di cui all'articolo 186-bis, comma 4, del regio decreto n. 267 del 1942 e all'articolo 95, commi 3 e 4, del codice di cui al decreto legislativo n. 14 del 2019, a meno che non intervengano ulteriori circostanze escludenti relative alle procedure concorsuali;
- iv. sussistenza di violazioni gravi, definitivamente accertate, rispetto agli obblighi relativi al pagamento delle imposte e tasse o dei contributi previdenziali, secondo la legislazione italiana o quella dello Stato in cui sono stabiliti. Tale causa ostativa non sussiste quando l'operatore economico ha ottemperato ai suoi obblighi pagando o impegnandosi in modo vincolante a pagare le imposte o i contributi previdenziali dovuti, compresi eventuali interessi o sanzioni, oppure quando il debito tributario o previdenziale sia comunque integralmente estinto, purché l'estinzione, il pagamento o l'impegno si siano perfezionati anteriormente alla scadenza del termine previsto per la presentazione del preventivo;



v.commissione di gravi infrazioni debitamente accertate con qualunque mezzo adeguato, alle norme in materia di salute e di sicurezza sul lavoro nonché agli obblighi in materia ambientale, sociale e del lavoro stabiliti dalla normativa europea e nazionale, dai contratti collettivi o dalle disposizioni internazionali elencate nell'allegato XIV alla direttiva 2014/25/UE del Parlamento europeo e del Consiglio del 26 febbraio 2014;

vi.sussistenza, rispetto ad un altro partecipante alla medesima procedura di affidamento, di una situazione di controllo di cui all'articolo 2359 del Codice civile o in una qualsiasi relazione, anche di fatto, se la situazione di controllo o la relazione comporti che le offerte sono imputabili ad un unico centro decisionale;

vii.la carenza di affidabilità professionale per essersi resi colpevoli di gravi illeciti professionali tali da renderne dubbia l'integrità o l'affidabilità.

I reati di cui al precedente punto i) e la misura interdittiva di cui al precedente punto ii) costituiscono causa ostativa alla partecipazione alla presente procedura di affidamento, alla stipula del relativo eventuale contratto e alla prosecuzione dello stesso, quando riguardano uno dei seguenti soggetti:

- l'operatore economico ai sensi e nei termini di cui al D. Lgs. n. 231/2001 e s.m.i.;
- in caso di impresa individuale, il titolare, il direttore tecnico;
- in caso di società in nome collettivo, i soci amministratori, il direttore tecnico;
- in caso di società in accomandita semplice, i soci accomandatari, il direttore tecnico;
- se si tratta di altro tipo di società o di un consorzio, i membri del Consiglio di amministrazione a cui sia stata conferita la legale rappresentanza ivi compresi gli institori e i procuratori generali; i componenti degli organi con poteri di direzione o di vigilanza o dei soggetti muniti di poteri di rappresentanza, di direzione o di controllo; il direttore tecnico; il socio unico persona fisica.;

Si evidenzia che la Società Procedente, si riserva di non affidare appalti a quegli operatori economici che incorrano nell'ipotesi di cui all'art. 69 del Codice, convenzionalmente richiamato, e per i quali ritenga non sussistere adeguata affidabilità professionale, in quanto si siano resi colpevoli di gravi illeciti professionali di cui in presenza delle fattispecie di cui all'atto adottato e pubblicato ai sensi dell'art. 169 del Codice¹.

¹ L'atto di cui all'art. 169 del d.lgs. n. 36/2023 è pubblicato all'indirizzo https://eprocurement.gruppofs.it/esop/tlk-host/public/fs/attach_it/regole_del_gruppo/atto_articolo_169_comma_1.pdf



V. MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE ALLA CONSULTAZIONE E TIPOLOGIA DI CONTRIBUTI AMMESSI

L'iniziativa è rivolta a tutti coloro che siano in possesso di informazioni rilevanti per le finalità descritte nel presente Avviso e, pertanto, tutti i soggetti interessati a partecipare alla presente Consultazione potranno fornire contributi di carattere tecnico mediante la compilazione del questionario di cui al succitato Allegato 2.

Per partecipare alla Consultazione gli Operatori economici dovranno compilare il Modulo denominato “Manifestazione di Interesse alla Consultazione” di cui all’ Allegato 1 e trasmetterlo nelle modalità descritte al presente Paragrafo.

Ciascun Operatore economico interessato dovrà - **preventivamente ed obbligatoriamente** - richiedere la registrazione al Portale Acquisti di Gruppo (di seguito, per brevità, “Portale”, accessibile all’indirizzo eprocurement.gruppofs.it), ove non già in possesso di apposita utenza di accesso al Portale.

A tal fine dovranno seguire le istruzioni per la registrazione e l’abilitazione al Portale disponibili sulla *home page* del Portale medesimo (sezione “Istruzioni”).

N.B. Si precisa che la firma digitale utilizzata dal Concorrente in detta fase di registrazione non ha alcuna valenza ai fini della sottoscrizione dei successivi documenti inerenti alla consultazione.

La registrazione al Portale è a titolo gratuito.

Tutte le comunicazioni e gli scambi di informazioni sono eseguiti tramite il Portale e, per quanto non previsto dal predetto Portale, mediante l’utilizzo del domicilio digitale o strumento analogo per gli operatori con sede legale fuori dall’Italia. In caso di necessità di supporto ai fini della registrazione al Portale, nonché nello svolgimento delle operazioni all’interno del Portale stesso, gli operatori interessati hanno facoltà di contattare il Servizio Assistenza ai riferimenti indicati nella Home Page del Portale. La partecipazione alla presente consultazione svolta in modalità telematica è aperta, previa identificazione, a tutti gli operatori interessati in possesso della dotazione informatica indicata nella sezione “Requisiti minimi HW e SW”, accessibile dalla Home page del Portale, nonché di un indirizzo di Posta Elettronica Certificata (PEC) o strumento analogo per gli operatori con sede legale fuori dall’Italia.

È onere dell’operatore aggiornare tempestivamente nella propria cartella personale sul sito eprocurement.gruppofs.it qualsiasi variazione di indirizzo di posta elettronica certificata.



Eventuali modifiche dell'indirizzo PEC o problemi temporanei nell'utilizzo di tali forme di comunicazione, dovranno essere tempestivamente segnalate alla Stazione appaltante; diversamente la medesima declina ogni responsabilità per il tardivo o mancato recapito delle comunicazioni.

È obbligatorio il possesso da parte del legale rappresentante di un certificato di firma digitale, in corso di validità generato mediante un dispositivo per la creazione di una firma sicura, ai sensi di quanto previsto dall'art 38, comma 2, del D.P.R. n. 445/2000 e dall'art. 65 del D.lgs. n. 82/2005.

Sono ammessi certificati di firma digitale rilasciati da:

- a) un organismo incluso nell'elenco pubblico dei certificatori tenuto dall'Agenzia per l'Italia Digitale previsto dall'art. 29 del D.lgs. 82/2005);
- b) un certificatore operante in base ad una licenza od autorizzazione rilasciata da uno Stato membro dell'Unione Europea nel rispetto di quanto previsto dal Regolamento UE n. 910/2014².

Sono altresì ammessi, in conformità a quanto stabilito dall'art. 24 comma 4-ter del D.lgs. 82/2005, certificati di firma digitale rilasciati da un certificatore stabilito in uno Stato non facente parte dell'Unione europea, quando ricorre una delle seguenti condizioni:

- a. il certificatore possiede i requisiti previsti dal Regolamento UE n. 910/2014 ed è qualificato in uno stato membro;
- b. il certificato qualificato è garantito da un certificatore stabilito nella Unione Europea, in possesso dei requisiti di cui al medesimo Regolamento;
- c. il certificato qualificato, o il certificatore, è riconosciuto in forza di un accordo bilaterale o multilaterale tra l'Unione europea e Paesi terzi o organizzazioni internazionali.

Sarà onere dell'Impresa indicare quale delle ipotesi sopra indicate sia applicabile all'autorità che le ha rilasciato la firma, allegandone documentazione a comprova, e indicare altresì lo strumento per mezzo del quale sarà possibile effettuare la verifica (software, link, ecc.).

² La verifica della validità della firma digitale potrà essere effettuata direttamente sul sito web dell'Agenzia per l'Italia Digitale (<http://www.agid.gov.it/>) scaricando uno dei software elencati nella sezione Software di verifica delle Firme elettroniche (in particolar modo il DSS - Digital Signature Service disponibile anche in modalità WebApp) <http://www.agid.gov.it/agenda-digitale/infrastrutture-architetture/firme-elettroniche/software-verifica>.



La Stazione appaltante effettuerà la verifica della validità delle firme digitali utilizzando lo strumento automatico di verifica presente sul portale, e nel caso di verifica negativa una volta scaricato/i in locale il/i file, utilizzerà i software gratuiti messi a disposizione delle Certification Authority Italiane (come previsto dalle disposizioni normative in materia).

Pertanto, si suggerisce alle Imprese di effettuare, per i file firmati digitalmente, verifiche preventive con tali strumenti.

Per ciascun documento sottoscritto digitalmente il certificato di firma digitale dovrà essere valido alla data di inserimento del documento stesso a portale.

È opportuno ricordare che un documento con firma digitale scaduta o revocata è valido solamente se al documento è associato un riferimento temporale opponibile ai terzi (marca temporale rilasciata da un certificatore iscritto nell'elenco pubblico dei certificatori) apposto durante il periodo di validità del certificato della firma.

Si precisa che i soli formati di firme digitali accettati saranno quelli di CADES e PADES (si veda nota 2).

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA MANIFESTAZIONE DI INTERESSE

Al completamento delle operazioni di registrazione gli Operatori economici interessati per rispondere alla presente Consultazione dovranno:

- accedere al Portale (previa attivazione di apposita user ID, inserita in fase di registrazione, e password, ricevuta tramite comunicazione e-mail di sistema e modificabile in fase di accesso), nella sezione fasi di prequalifica (FDP) e poi cliccare su eventi ad evidenza pubblica;
- accedere all'Avviso telematico *de quo*;
- selezionare il tasto partecipa;
- (solo al primo accesso) cliccare su mia risposta, posto sulla sinistra della pagina web;
- (solo al primo accesso) cliccare sul link "Rispondi" (posizionato al centro dello schermo) per avviare il processo di risposta.



Ultimate tali operazioni gli Operatori economici potranno scaricare l'ulteriore documentazione relativa al presente avviso, porre chiarimenti, ricevere le risposte e presentare quanto necessario in risposta alla presente Consultazione.

Per redigere le relative dichiarazioni nonché per caricare l'eventuale documentazione a corredo l'Operatore economico dovrà, all'interno della Busta amministrativa digitale, allegare i documenti richiesti, sottoscritti con firma digitale.

Si precisa che tutti i file allegati al Portale (dichiarazioni e/o documenti scansionati) dovranno essere firmati digitalmente e non potranno essere superiori ai 10 Mb, pena il mancato controllo della firma digitale. Sul portale è presente uno strumento di verifica della firma digitale che è in grado di controllare la validità della firma se la dimensione del file è inferiore ai 10 MB.

Si ricorda che non è consentito firmare digitalmente una cartella compressa (es. zip) contenente documenti privi di firma digitale, ma è possibile allegare una cartella compressa contenente documenti digitalmente firmati.

Al termine dell'inserimento della documentazione richiesta, l'Operatore economico dovrà cliccare su "Salva ed Esci" per salvare quanto inserito e tornare alla propria pagina riepilogativa della fase di prequalifica.

Una volta espletate tali attività l'Operatore economico concorrente dovrà cliccare su *Trasmetti risposta*.

L'Operatore economico potrà visualizzare nella sua cartella personale, alla colonna Stato della risposta, l'avvenuta trasmissione (Stato della risposta: *trasmessa*).

L'Operatore economico potrà modificare i dati precedentemente trasmessi ovvero ritirare la propria risposta entro e non oltre la data e l'ora di scadenza di cui in seguito.

DOCUMENTI DA ALLEGARE

Gli Operatori economici interessati a partecipare alla presente Consultazione possono manifestare il proprio interesse inviando, sul Portale, entro e non oltre il giorno 15/12/2025 ore 13:00 quanto segue:



- a) Modulo denominato “Manifestazione di Interesse alla Consultazione”, da rendere compilando il *facsimile* Allegato 1, firmato dal legale rappresentante dell’Operatore economico che la rende;
- b) Questionario da rendere compilato e firmato, secondo quanto indicato nella sezione “Istruzioni” presente nel file medesimo [Allegato 2].

N.B. Tutta la documentazione deve essere redatta in lingua italiana. In caso contrario, tutta la documentazione deve essere accompagnata da traduzione in lingua italiana certificata “conforme al testo straniero” dalla competente rappresentanza diplomatica o consolare ovvero da un traduttore ufficiale.

Tutti i file allegati al Portale (dichiarazioni e/o documenti scansionati) dovranno essere firmati digitalmente dal rappresentante legale dell’Operatore economico partecipante o procuratore munito di appositi poteri.

N.B. Alla manifestazione di interesse alla Consultazione NON dovrà essere allegata alcuna offerta economica.

L'invio telematico della manifestazione di interesse alla Consultazione è a totale ed esclusivo rischio del mittente, restando esclusa qualsivoglia responsabilità di Ferservizi, ove, per qualsiasi malfunzionamento alla struttura tecnica, tecnologia o di connessione dell’Operatore economico, la stessa non pervenga entro il termine di scadenza e secondo le modalità previste. Si invitano pertanto gli Operatori economici interessati ad avviare le attività finalizzate alla trasmissione di quanto richiesto con largo anticipo rispetto alla scadenza prevista onde evitare la non completa e quindi mancata trasmissione della risposta decorso tale termine.

N.B.: Qualora sia accertata la mancanza, l’incompletezza o l’irregolarità essenziale della documentazione presentata, si procederà alla richiesta di integrazione o di regolarizzazione di detta documentazione.



VI. MODALITÀ DI SVOLGIMENTO DELLA CONSULTAZIONE PRELIMINARE DI MERCATO

La Consultazione potrà svolgersi in fasi successive. Gli Operatori economici sono invitati a prendere visione della documentazione allegata al presente avviso.

Le manifestazioni di interesse ricevute saranno raccolte e analizzate da Ferservizi, ivi inclusa tutta la documentazione prodotta dagli Operatori Economici in riscontro alla presente Consultazione.

In base alle risultanze delle attività di analisi condotte ed al fine di acquisire tutte le informazioni e documentazioni utili per la migliore preparazione della procedura di selezione ai fini della successiva eventuale indizione della relativa procedura di selezione, Ferservizi potrà eventualmente procedere ad invitare gli Operatori economici che hanno presentato manifestazione di interesse ad uno o più incontri di approfondimento tecnico. Tali incontri saranno oggetto di apposita verbalizzazione.

Per ogni fase di svolgimento della Consultazione, gli Operatori economici partecipanti riceveranno apposita comunicazione (a mezzo di pubblicazione di avvisi sul Portale e/o sul profilo committente).

Al termine della Consultazione, Ferservizi pubblicherà sul Portale e sul Profilo committente apposito avviso di chiusura della consultazione preliminare di mercato.

VII. RISERVE E PRECISAZIONI

La partecipazione alla presente Consultazione preliminare di mercato non dà diritto ad alcun compenso e/o rimborso per le spese sostenute, deve pertanto intendersi a titolo completamente gratuito.

Il presente Avviso, in quanto costituente avvio di una mera consultazione preliminare di mercato, non è vincolante e non è finalizzato all'assegnazione e stipula di alcun contratto, pertanto, la presente Consultazione non comporta alcun obbligo per Ferservizi di avviare procedure di selezione del contraente per le prestazioni oggetto dell'iniziativa.

La partecipazione alla consultazione preliminare di mercato:

- è ininfluente (ossia: non assicura e non preclude) rispetto alla partecipazione alla eventuale successiva procedura di selezione per l'affidamento della procedura di selezione, non costituendo condizione di accesso, né titolo preferenziale, né impegno alcuno circa il prosieguo della procedura;



- non potrà, in alcun modo, ostacolare altri Operatori economici che non abbiano partecipato alla Consultazione avviata con il presente avviso;
- non determina alcuna aspettativa nei confronti di Ferservizi e gli Operatori economici non possono rivendicare alcun diritto al riguardo.

Tutte le informazioni da Voi fornite in riscontro al presente documento saranno utilizzate ai soli fini dello sviluppo dell'iniziativa in oggetto e non dovranno costituire offerte tecniche o economiche; a tal fine i contributi trasmessi non dovranno fornire anticipazioni in merito alle quotazioni il servizio oggetto della presente Consultazione, al fine di non alterare il regolare sviluppo competitivo della successiva eventuale fase di selezione.

Pertanto, tutta la documentazione raccolta potrà essere utilizzata per la predisposizione della documentazione dell'eventuale successiva procedura di selezione per l'affidamento della procedura di selezione, nei limiti del rispetto dei diritti di privativa e della proprietà intellettuale, di non discriminazione e di trasparenza.

Per tale motivo, al fine di garantire il rispetto del principio dell'effettiva concorrenza, Ferservizi potrà comunicare agli altri candidati e offerenti nell'ambito dell'eventuale successiva procedura di selezione, le informazioni pertinenti, scambiate nel quadro della presente Consultazione.

Ciò premesso, si invita a non inviare informazioni che contengano informazioni e/o dati protetti da diritti di privativa o da diritti di proprietà intellettuale, comunque rilevatori di segreti aziendali, commerciali, tecnici o industriali, ovvero di inviare motivata e comprovata dichiarazione per la parte delle informazioni e/o documentazioni inviate per le quali si richiede la non divulgazione.

Si precisa, in vista dell'eventuale accesso da parte di altri Operatori economici agli esiti della presente Consultazione, che la divulgazione di quanto contenuto nei Vostri contributi avverrà in forma anonima.

Resta ferma la facoltà di Ferservizi di interrompere, modificare, prorogare, sospendere e revocare la procedura in qualsiasi momento, senza che ciò possa costituire, in alcun modo, diritto o pretesa a qualsivoglia risarcimento o indennizzo.

La consultazione sarà espletata nel rispetto dei principi e degli obblighi imposti dal Codice Etico, dalla Policy Anti-Corruption del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, dagli strumenti di compliance antitrust che costituiscono parte integrante del Programma di Compliance Antitrust del Gruppo



Ferrovie dello Stato Italiane, nonché dal Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D.lgs. n. 231/2001 e s.m.i. (“Modello 231”) Fstechnology S.p.A., disponibili sul sito web societario e/o di Ferrovie dello Stato Italiane, che possono essere scaricati e stampati e di cui l’Operatore potrà chiedere in ogni momento copia cartacea.

VIII. TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

Le Parti (Ferservizi, FSTechnology S.p.A. e ciascun Operatore economico) si impegnano a trattare i dati personali, acquisiti nell’ambito e per le finalità connesse alla presente Consultazione, nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali (Regolamento UE 2016/679 e dal D. Lgs. n. 196/2003 e s.m.i.), in particolare con riferimento ai principi di liceità, necessità, minimizzazione e limitazione, nonché a garantirne l’integrità e la riservatezza.

Ciascuna Parte risponde delle contestazioni, azioni o pretese avanzate da parte degli interessati e/o di qualsiasi altro soggetto e/o Autorità in merito alla inosservanza alla normativa vigente in materia di protezione dei dati personali (Regolamento UE 2016/679 e dal D.Lgs. 196/2003 e s.m.i.), ad essa ascrivibili.

Nell’ambito delle attività connesse alla presente Consultazione, le Parti prendono atto e concordano che tratteranno i dati personali relativi a qualsiasi persona fisica che agisca per loro conto (dipendenti e/o Terze Parti delle Società), in conformità con la relativa informativa sul trattamento dei dati personali resa e disponibile attraverso i rispettivi canali aziendali.

Il predetto obbligo di informativa verso le Terze Parti viene assolto da Ferservizi mediante pubblicazione dei seguenti documenti: <https://www.ferservizi.it/it/protezione-dati-personali.html> e https://eprocurement.gruppofs.it/esop/tlk-host/public/fs/web/informativa_privacy.html

L’obbligo di informativa è inoltre assolto dalle Società del Gruppo FS Italiane rispettivamente Titolari autonomi del trattamento mediante pubblicazione sui rispettivi siti istituzionali.

Dichiarano, inoltre, espressamente di aver debitamente informato i propri dipendenti e/o Terze Parti ai sensi degli artt. 13 e 14 del Regolamento EU 679/2016.

IX. PUBBLICITÀ

Il presente avviso e i relativi allegati sono pubblicati sul Portale Acquisti di Gruppo raggiungibile all’indirizzo https://eprocurement.gruppofs.it/esop/tlk-host/public/fs/web/home.html?_ncp=1734598935141.730824-1 nonché sul profilo del committente all’indirizzo www.gare.ferservizi.it/, nella sezione “Bandi” – FSTechnology S.p.A..



Al termine della Consultazione, Ferservizi pubblicherà sul Portale apposito avviso di chiusura della consultazione preliminare di mercato.

Si allegano:

Allegato 1: Manifestazione di Interesse alla Consultazione;

Allegato 2 Questionario;

Allegato 3 Specifica Tecnica;

Il Responsabile

Allegato 1

Manifestazione di Interesse alla consultazione

(Dichiarazione resa ai sensi e per gli effetti di cui agli artt. 46 e 47 del D.P.R. 445/2000 e s.m.i., ovvero, per gli Operatori economici stabiliti in stati diversi dall'Italia, documentazione equivalente secondo la legislazione dello stato di appartenenza e, comunque, nel rispetto di quanto previsto nell'art. 3, commi 2, 3 e 4 del D.P.R. n.445/2000 e s.m.i., e laddove applicabile, nel rispetto di quanto previsto nell'art. 33 del medesimo decreto.)

NOTE DI COMPILAZIONE: si invita a compilare le caselle in grigio. Il documento dovrà essere sottoscritto digitalmente, pertanto non è necessario apporre timbro e firma autografa.

Oggetto: Avviso Consultazione preliminare di mercato indetta per l'eventuale affidamento del servizio di gestione delle campagne paid media del Gruppo FS propedeutica all'affidamento di una procedura di selezione avente ad oggetto prestazioni non strumentali allo svolgimento dell'attività di trasporto ferroviario (LIN 1206/2025)

Il/la sottoscritto/a					
Nato/a a		Prov.	()	il	/ /
C.F.					
In qualità di:					
ovvero					
<input type="checkbox"/>	Procuratore (in tal caso indicare gli estremi della relativa procura)				

della Società (indicare Ragione Sociale per esteso):					
C.F. <input type="text"/>				P.IVA <input type="text"/>	
con sede legale in:					
Via	<input type="text"/>			n°	<input type="text"/>
C.A.P.	<input type="text"/>	Città	<input type="text"/>	Prov.	(<input type="text"/>)
Telefono	<input type="text"/>		Fax	<input type="text"/>	e-mail <input type="text"/>

MANIFESTA

il proprio interesse relativamente alla consultazione preliminare di mercato in oggetto per le finalità indicate al Paragrafo II dell'Avviso di Consultazione preliminare di mercato.

A tal fine, **consapevole, ai sensi e per gli effetti dell'art.76 del d.P.R. 28 dicembre 2000, n. 445 e s.m.i., delle responsabilità e delle sanzioni previste in caso di dichiarazioni mendaci e/o formazione o uso di atti falsi, nonché in caso di esibizione di atti contenenti dati non più corrispondenti a verità e consapevole che qualora emerga la non veridicità del contenuto della presente dichiarazione decadrà dai benefici per i quali la stessa è rilasciata.**

AI SENSI DEGLI ARTT. 46 E 47 DEL D.P.R. 445/2000

DICHIARA SOTTO LA PROPRIA RESPONSABILITA'

Sezione I

- di aver preso piena conoscenza e di accettare integralmente il contenuto dell'Avviso di consultazione di mercato e degli eventuali chiarimenti resi;
- che l'Impresa è iscritta nel registro della Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura (o ad altro organismo equipollente secondo la legislazione dello Stato di appartenenza) per attività inerente all'oggetto delle prestazioni da affidare;

- di essere consapevole che, in sede di partecipazione all'eventuale procedura di selezione, all'atto di presentazione dell'offerta, l'Impresa dovrà attestare l'assenza delle cause ostative indicate nell'Avviso in riferimento;

Sezione II – Requisiti minimi tecnico – funzionali

- di possedere i requisiti minimi tecnico-funzionali indicati nelle specifiche tecniche e nella documentazione allegata all'Avviso;

Sezione III – Questionario generale/tecnico

- di aver preso atto dei contributi richiesti per i quali si rinvia alle specifiche tecniche

Sezione IV

Inoltre, **DICHIARA:**

- A. di accettare che la presente Consultazione preliminare di mercato non dà diritto ad alcun compenso e/o rimborso per le spese sostenute, e che pertanto, ogni contributo viene reso a titolo completamente gratuito;
- B. di accettare integralmente, senza condizione o riserva alcuna, che l'Avviso in riferimento, in quanto costituente avvio di una mera consultazione preliminare di mercato, non è vincolante e non è finalizzato all'assegnazione e stipula di alcun contratto, pertanto, la Consultazione non comporta alcun obbligo per Ferservizi di avviare procedure di selezione del contraente per le prestazioni oggetto dell'iniziativa. L'operatore economico, pertanto prende atto e accetta che:
 - 1. la partecipazione alla consultazione preliminare di mercato è ininfluente (ossia: non assicura e non preclude) rispetto alla partecipazione alla eventuale successiva procedura di selezione per l'eventuale affidamento della procedura di selezione, non costituendo condizione di accesso, né titolo preferenziale, né impegno alcuno circa il prosieguo della procedura;
 - 2. non potrà, in alcun modo, ostacolare altri Operatori economici che non abbiano partecipato alla Consultazione avviata con il presente avviso;
 - 3. non determina alcuna aspettativa nei confronti di Ferservizi e gli Operatori economici non possono rivendicare alcun diritto al riguardo.

- C. di accettare integralmente, senza condizione o riserva alcuna, che i contributi dallo stesso forniti potranno essere utilizzati per la predisposizione della documentazione dell'eventuale successiva procedura di selezione per l'affidamento della procedura di selezione, nei limiti del rispetto dei diritti di privativa e della proprietà intellettuale¹, di non discriminazione e di trasparenza;
- D. di accettare integralmente, senza condizione o riserva alcuna, che Ferservizi ha la più ampia facoltà di interrompere, modificare, prorogare, sospendere e revocare la procedura in qualsiasi momento, senza che ciò possa costituire, in alcun modo, diritto o pretesa a qualsivoglia risarcimento o indennizzo;
- E. di aver preso visione del Codice Etico, della Policy Anti-Corruption del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, degli strumenti di compliance antitrust che costituiscono parte integrante del Programma di Compliance Antitrust del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, nonché del Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ex D.lgs. n. 231/2001 e s.m.i. ("Modello 231") di Fstechnology S.p.A., disponibili sul sito web societario e/o di Ferrovie dello Stato Italiane, che possono essere scaricati e stampati e di cui l'Operatore potrà chiedere in ogni momento copia cartacea, e di averne ben compreso i principi, i contenuti e le finalità e di obbligarsi al loro pieno ed integrale rispetto.

Il sottoscritto, in vista dell'eventuale accesso da parte di altri Operatori economici agli esiti della presente Consultazione, accetta espressamente che la divulgazione di quanto contenuto nei contributi forniti avverrà in forma anonima.

Il sottoscritto rende la presente dichiarazione sotto la propria responsabilità, consapevole delle sanzioni previste dalla legge a carico di chi attesta il falso e dichiara di essere informato che i dati personali raccolti saranno trattati in conformità con il Regolamento UE 2016/679, anche con strumenti informatici, esclusivamente nell'ambito del procedimento per il quale la presente dichiarazione viene resa.

A U T O R I Z Z A

Ferservizi SpA ad inviare le comunicazioni inerenti la presente procedura ai contatti indicati al momento della registrazione sul Portale Acquisti del Gruppo FS all'indirizzo <https://eprocurement.gruppofs.it/esop/tlk-host/public/fs/web/home.html?ncp=1734598935141.730824-1>

Luogo		Data	
-------	--	------	--

¹ Si invita l'operatore economico a non inviare informazioni che contengano informazioni e/o dati protetti da diritti di privativa o da diritti di proprietà intellettuale comunque rilevatori di segreti aziendali, commerciali, tecnici o industriali, ovvero di inviare, parallelamente alla presente dichiarazione, motivata e comprovata dichiarazione per la parte delle informazioni e/o documentazioni per le quali si richiede la non divulgazione.

Letto, confermato e sottoscritto	
----------------------------------	--

*** NB: Le dichiarazioni dovranno essere firmate digitalmente dal legale rappresentante o procuratore munito di appositi poteri.**

Sistema per la Gestione delle campagne Paid Media

Questionario di valutazione

ISTRUZIONI per compilare il questionario di valutazione

Premesso che i requisiti riportati nel foglio "**Requisiti obbligatori**" devono essere tutti soddisfatti, il rating complessivo dell'Operatore Economico più adatto a coprire le esigenze del business si basa sulla "**valutazione dei requisiti migliorativi**" e sulla "**valutazione dei riferimenti dell'Operatore Economico**".

Di seguito si riportano le regole di assegnazione dei punteggi:

> Da compilare la scheda "**Valutazione Requisiti Migliorativi**".

La valutazione avviene secondo tre modalità:

- **On/Off:** il requisito è considerato coperto o non coperto dall'Operatore Economico; il criterio di assegnazione è specificato all'interno dello sheet di riferimento;
- **A livello di copertura:** la valutazione è effettuata in base al grado di copertura del requisito da parte dell'Operatore Economico; anche in questo caso, il criterio di assegnazione è definito all'interno dello sheet di riferimento;
- **Proposta tecnica dell'operatore economico:** valutazione qualitativa basata sulla proposta o sulle informazioni di natura tecnica fornite, e sulla relativa copertura del requisito.

> Da compilare la scheda "**Valutaz. Rif. Oper. Economico**".

La valutazione avviene secondo due modalità:

- La valutazione avviene secondo un **criterio qualitativo**, il criterio di assegnazione è specificato all'interno dello sheet di riferimento.
- **A livello di copertura:** la valutazione è effettuata in base al grado di copertura del requisito da parte dell'Operatore Economico; anche in questo caso, il criterio di assegnazione è definito all'interno dello sheet di riferimento.

RIFERIMENTI OPERATORE ECONOMICO	RISPOSTA DELL'OPERATORE ECONOMICO
Ragione Sociale	
Codice Fiscale	
Nome e cognome del legale rappresentante che firma il questionario	

ID Requisito	Requisito	Criteri valutazione	Valutazione/Risposta Operatore economico	Note
REF-01	Descrizione dell'Operatore Economico (servizi offerti,risorse,etc)	L'operatore economico è invitato a fornire informazioni riguardo i servizi in ambito, organigramma aziendale aggiornato, evidenza delle risorse da impiegare nell'attività in ambito, con evidenza dei CV,esperienze,etc.		
REF-02	Esperienze pregresse in attività analoghe a quelle oggetto della consultazione	Numero di contratti per attività analoghe svolte per società con organizzazione e fatturato simile a quello del Gruppo FS svolti negli ultimi 5 anni: a:assente; b: da 0 a 2 esperienze; c: da 3 a 5 esperienze; d: >5 esperienze.		
REF-03	Numero di installazioni attive in ambienti di produzione (Italia/Europa)	Installazioni attive,considerando ≥10 utenti, un numero di campagne gestite≥ 50 e uno spending in advertising di ≥ 9.000.000 € a: assenti; b: ≤3 installazioni attive; c: ≤ 6 installazioni attive; d: > 6 installazioni attive.		
REF-04	Descrivere eventuali alleanze, relazioni o dipendenze con terzi.	L'operatore economico è invitato a indicare eventuali alleanze, partnership o dipendenze con terzi che possano apportare valore aggiunto alla soluzione E2E richiesta, oppure che siano rilevanti per il corretto esercizio della stessa. Si richiede di fornire evidenze documentali a supporto, quali relazione descrittiva, accordi, lettere di intenti o altra documentazione idonea a comprovare tali relazioni.		
REF-05	Fornire informazioni sulla metodologia di implementazione suggerita	Indicazioni sul tipo di metodologia utilizzata per l'implementazione della soluzione (GANTT di progetto, fasi e tempistiche progettuali, ruoli coinvolti, metodologia di project management adottata,etc.)		
REF-06	Tipologie di formazione e corsi erogati	a:assenti b: Formazione in presenza e/o da remoto e/o asincrona più manuali d'uso e video		
REF-07	Presentare ulteriori informazioni/suggerimenti che possano essere utili per lo sviluppo di iniziative future.	Indicazioni su evoluzioni tecnologiche della soluzione, integrazioni, ampliamento funzionale,etc.		

Tipologia Requisito	ID	Ambito
Requisiti di tipo funzionale	RF6	Pianificazione
Requisiti di tipo funzionale	RF7	Pianificazione
Requisiti di tipo funzionale	RF8	Attivazione
Requisiti di tipo funzionale	RF9	Attivazione
Requisiti di tipo funzionale	RF10	Attivazione
Requisiti di tipo funzionale	RF12	Trafficking
Requisiti di tipo funzionale	RF13	Trafficking
Requisiti di tipo funzionale	RF14	Ottimizzazione

Requisiti di tipo funzionale	RF15	Ottimizzazione
Requisiti di tipo funzionale	RF16	Ottimizzazione
Requisiti di tipo funzionale	RF17	Ottimizzazione
Requisiti di tipo funzionale	RF18	Insight
Requisiti di tipo funzionale	RF19	Insight
Requisiti di tipo funzionale	RF22	Insight
Requisiti di tipo funzionale	RF25	Financial
Requisiti di tipo funzionale	RF28	E2E Integration

Requisiti di tipo funzionale	RF31	E2E Integration
Requisiti Tecnici	RT.1	Help Desk
Requisiti Tecnici	RT.2	Multilingua base
Requisiti Tecnici	RT.4	Responsive
Requisiti Tecnici	RT.5	Scalabilità
Requisiti Tecnici	RT.6	Compatibilità con nuove versioni
Requisiti Tecnici	RT.8	Estrazione completa dei dati
Requisiti Tecnici	RT.9	Change Management
Requisiti Tecnici	RT.10	Personalizzazione/configurazione interfaccia
Requisiti Tecnici	RT.11	Reportistica
Requisiti Tecnici	RT.12	Supporto specialistico
Requisiti Tecnici	RT.13	Lingua per il supporto

Requisiti Architettureali	RTA.1	Architecture Design
Requisiti Architettureali	RTA.2	Architecture Design - Integration
Requisiti Architettureali	RTA.3	Architecture Design - Integration
Requisiti Architettureali	RTA.4	Architecture Design - Integration
Requisiti Architettureali	RTA.5	Architecture Design - Integration
Requisiti Architettureali	RTA.9	Architecture Design - Integration
Requisiti Architettureali	RTA.10	Architecture Design
Requisiti Sicurezza e Privacy	RPRY.1	Data protection
Requisiti Sicurezza e Privacy	RPRY.2	Data protection
Requisiti Sicurezza e Privacy	RPRY.3	Data protection
Requisiti Sicurezza e Privacy	RPRY.4	Data protection
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.1	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.2	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.3	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.5	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.6	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.7	Cyber

Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.8	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.9	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.10	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.11	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.12	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.13	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.14	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.15	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.16	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.19	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.20	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.21	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.22	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.23	Cyber

Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.24	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.25	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.26	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.27	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.28	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.29	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.30	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.31	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.32	Cyber

Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.33	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.35	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.36	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.37	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.38	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.39	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.40	Cyber
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.41	Cyber

Descrizione
<p>Il sistema deve consentire la configurazione di obiettivi di performance (KPI) per ciascuna campagna pubblicitaria e il monitoraggio automatico dei relativi indicatori. I KPI devono essere personalizzabili ed includere almeno:</p> <ul style="list-style-type: none"> •CPL (Costo per Lead): calcolo del costo medio per generare un contatto qualificato. •CTR (Click-Through Rate): rapporto tra clic e visualizzazioni, con analisi dell'efficacia del messaggio. •ROI (Return on Investment): rapporto tra ricavi generati e budget investito, con evidenziazione delle campagne più performanti.
<p>Il sistema deve integrare funzionalità di reportistica avanzata che consentano l'analisi delle performance delle campagne pubblicitarie.</p> <p>Deve essere in grado di generare insight operativi e suggerimenti automatici per l'ottimizzazione, basati su dati aggregati e KPI configurabili.</p>
<p>Il sistema deve supportare l'attivazione operativa delle campagne pubblicitarie, garantendo il corretto avvio delle attività pianificate. Deve includere funzionalità per:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Coordinare le fasi di lancio delle campagne su tutti i canali previsti. •Gestire le risorse coinvolte : budget, canali •Monitorare lo stato di attivazione in tempo reale, segnalando eventuali anomalie o ritardi.
<p>Il sistema deve supportare l'esecuzione operativa delle campagne pubblicitarie, garantendo che i media digitali pianificati vengano attivati nei tempi e nei modi previsti.</p> <p>Deve includere funzionalità per:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Gestione dell'attivazione dei canali: avvio puntuale delle campagne sui canali selezionati secondo la pianificazione. •Allocazione delle risorse: distribuzione corretta di budget , evitando errori o duplicazioni.
<p>Il sistema deve semplificare e automatizzare i flussi di lavoro relativi all'attivazione delle campagne pubblicitarie, includendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Integrazione tramite API con piattaforme pubblicitarie come: Google Ads, Meta Ads, DSP mercato italiano, Campaign Manager, Amazon, The Trade Desk, DV360 per l'attivazione automatica delle campagne secondo la pianificazione definita
<p>Il sistema deve offrire una dashboard unificata per la gestione centralizzata delle campagne pubblicitarie, con funzionalità che includano:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Monitoraggio in near real time dello stato delle campagne, con indicazione dei canali attivi e della distribuzione degli annunci. •Pianificazione con possibilità di modifiche rapide e tracciate. •Gestione del calendario delle campagne per evitare sovrapposizioni, conflitti o ritardi
<p>Il sistema deve consentire il tracciamento dettagliato delle performance di ogni annuncio pubblicitario, garantendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Raccolta di metriche chiave per ciascun annuncio, tra cui impressioni, clic, conversioni, CPL, CTR e ROI. •Visualizzazione degli insight tramite grafici, tabelle e dashboard interattive per facilitare l'analisi delle performance
<p>Il sistema deve garantire un processo di ottimizzazione continua delle campagne pubblicitarie, sfruttando dati in near real time per analizzare le performance e massimizzare i risultati. Deve includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Capacità di raccogliere e aggiornare dinamicamente i dati di performance. •Funzionalità di analisi automatica per identificare aree di miglioramento. •Meccanismi di adattamento delle campagne in base ai risultati ottenuti.

<p>Il sistema deve supportare l'analisi delle performance delle campagne pubblicitarie in near real time, attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raccolta live dei dati da tutti i canali attivi, per identificare tempestivamente eventuali criticità o opportunità di ottimizzazione.
<p>Il sistema deve supportare funzionalità di A/B testing e ottimizzazione automatica delle campagne pubblicitarie, includendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Testing simultaneo di variabili come testi, target e budget, con possibilità di confronto tra versioni. • Integrazione di algoritmi per identificare automaticamente le combinazioni più performanti e
<p>Il sistema deve consentire l'ottimizzazione dinamica delle campagne pubblicitarie in corso, permettendo modifiche all'allocazione del budget. Tali modifiche devono essere supportate da algoritmi in grado di proporre i seguenti scenari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ridistribuire automaticamente il budget da canali a basso rendimento verso quelli con performance superiori.
<p>Il sistema deve fornire dati statistici aggregati e aggiornati sull'andamento delle campagne pubblicitarie, al fine di supportare decisioni strategiche basate sull'impatto reale delle attività di marketing. I dati devono essere accessibili tramite dashboard e report configurabili, e devono includere indicatori chiave come ROI,</p>
<p>Il sistema deve consentire la generazione di report personalizzati e completi su metriche chiave delle campagne pubblicitarie, tra cui ROI, CPL, CTR, impressioni e conversioni. I report devono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantire l'anonimato dei soggetti, mantenendo la granularità dei dati a livello aggregato e non riconducibile a singoli individui. • Consentire il filtraggio dinamico dei dati statistici e aggregati per individuare facilmente punti di forza e criticità delle campagne.
<p>Il sistema deve offrire funzionalità di benchmarking e comparazione delle performance delle campagne pubblicitarie, consentendo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evidenziare le discrepanze rispetto a campagne precedenti, al fine di individuare opportunità di miglioramento e ottimizzazione.
<p>Il sistema gestore campagne paid media deve fornire funzionalità avanzate per il controllo continuo del budget delle campagne pubblicitarie, garantendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio in near real time del budget assegnato, con visualizzazione dinamica di: <ul style="list-style-type: none"> o Budget totale disponibile e residuo per ciascuna campagna, canale o centro di costo; o Avanzamento della spesa rispetto al budget previsto; o Dettagli per periodo temporale (giornaliero, settimanale, mensile). • Gestione di soglie di spesa personalizzabili, comprensiva di: <ul style="list-style-type: none"> o Configurazione di soglie di allerta (es. 75%, 90%, 100% del budget); o Invio automatico di notifiche al superamento delle soglie; o Blocco automatico o richiesta di approvazione per spese eccedenti, se previsto dal modello
<p>Il sistema gestore campagne paid media deve offrire funzionalità di integrazione diretta o tramite connettori/API con le principali piattaforme AdTech, al fine di centralizzare i dati operativi e abilitare un'ottimizzazione strategica delle campagne pubblicitarie. In particolare, il sistema deve:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collegarsi nativamente o tramite API alle seguenti piattaforme, almeno: <ul style="list-style-type: none"> o Google Ads o Meta Ads: Facebook Ads, Instagram Ads o DSP (Demand Side Platforms) di mercato : The Trade Desk, DV360, Amazon DSP • Centralizzare e normalizzare i dati provenienti dalle piattaforme integrate, includendo: <ul style="list-style-type: none"> o Dati di pianificazione, erogazione e performance delle campagne; o Metriche chiave (impression, click, conversioni, CPA, CPM, ROAS); o Informazioni finanziarie associate (budget speso, costi per fornitore, eventuali sconti o fee). • Supportare l'ottimizzazione strategica attraverso dashboard unificate e strumenti di confronto cross-

Il sistema gestore campagne paid media deve garantire la sincronizzazione automatica e in near real time dei dati rilevanti per la gestione delle campagne pubblicitarie, consentendo decisioni tempestive e basate su informazioni aggiornate. Il sistema deve includere:

- Aggiornamento continuo e in near real time dei seguenti dati, almeno:
 - o Stato di avanzamento delle campagne (attivazione, erogazione, chiusura);
 - o KPI di performance (es. impression, click, CTR, conversioni, spesa, ROI/ROAS);
 - o Budget residui e consumati, per canale, campagna e fornitore.
- Integrazione in near real time con piattaforme esterne, tramite:
 - o API push/pull documentate e disponibili;
- Visualizzazione in near real time dei dati aggiornati tramite dashboard o report dinamici, con:
 - o Indicatori semaforici per scostamenti critici;
 - o Filtri per canale, periodo, target o centro di costo;

Il servizio dovrà prevedere l'utilizzo di uno strumento ITSM in grado di integrarsi con il sistema di ticketing del Gruppo FS, per apertura di segnalazioni (Incident), richieste di change (RFC) o richieste di servizio (Service Request).

Il servizio di apertura ticket dovrà essere erogato H24 7x7 e consentire a FS Technology di essere autonomi nella produzione di ticket o nella verifica dello stato delle richieste e loro sollecito.

La piattaforma dovrà essere multilingua e supportare nativamente la lingua inglese

La Piattaforma deve essere responsive, in modo che si possa visualizzare e usufruire da ogni browser, device (cellulare, computer, tablet, etc.) e sistema operativo e browser. In particolare, da Mobile per Android a partire dalla versione 6.0 in poi - IOS da versione IOS 10 in poi.

La piattaforma deve essere scalabile e permettere di aggiungere maggiori risorse con l'obiettivo di supportare un numero crescente di utenti, società, documenti e dati in generale rispetto alla baseline.

L' Operatore Economico deve assicurare, a fronte di rilasci di nuove versioni principali o secondarie della piattaforma (major/minor release), la compatibilità con tutte le configurazioni/personalizzazioni effettuate per rispondere all'esigenze dell'organizzazione, nonché la compatibilità con le integrazioni attivate con i sistemi del Gruppo FS. Inoltre, l'Operatore Economico deve descrivere, mediante documentazione opportuna, il processo e le modalità di aggiornamento dell'applicazione SaaS, indicando in maniera trasparente e chiara l'impatto di ogni operazione sulle funzionalità del servizio.

Deve essere sempre possibile, da parte di FS Technology, l'estrazione di una copia completa dei dati memorizzati e gestiti dal servizio (in formato standard, non proprietario e riutilizzabile), ivi compresi i dati derivati quali log e statistiche di utilizzo, nonché le configurazioni del servizio.

Adozione di procedure/strumenti di change management condivise per tenere traccia delle modifiche eseguite sulle configurazioni del sistema.

Il sistema gode di flessibilità sufficiente per l'adattamento delle forme e della configurazione dell'interfaccia rispetto alle specifiche funzionali e di layout previste in fase di progettazione.

Il sistema dovrà essere in grado di produrre Report predefiniti standard e custom in formato Word, Pdf,

È richiesto all'Operatore Economico di erogare supporto tecnico e supporto operativo agli utenti FS Technology gestori della piattaforma per tutta la durata del contratto.

Il supporto dell'Operatore Economico deve essere in Lingua Italiana.

<p>L'Operatore Economico dovrà fornire una descrizione generale dell'architettura tecnologica della piattaforma in formato TOGAF, comprensiva di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struttura dell'applicazione e delle integrazioni (es. architettura cloud-native, servizi esposti, principi di interazione API, Stream, IAM, backup, decoupling layer etc) • Modello SaaS adottato (es. multi-tenant, muti region, posizione die datacenter etc) e modalità di segregazione tra ambienti/organizzazioni <p>Documentazione da depositare sul tool Architetture del Gruppo a fine Setup comprensivo delle</p>
<p>Single Sign-On (SSO): L'integrazione dovrà avvenire tramite protocolli standard SAML2 o OAuth2, utilizzando l'Identity Provider fornito da Ferrovie.</p>
<p>API Management: La soluzione deve includere strumenti che consentano l'esposizione e la documentazione completa di tutti i servizi e delle relative integrazioni tramite API Rest</p>
<p>Plugin Standard: È necessario prevedere integrazioni tramite plugin standard con tutti gli Operatori Economici previsti nel contesto progettuale.</p>
<p>Gestione DNS personalizzata: La soluzione dovrà supportare la configurazione di DNS custom, in base</p>
<p>L'Operatore Economico dovrà rendere disponibili in forma Segregata almeno i seguenti ambienti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo, - Collaudo\integrazione - Produzione
<p>Disponibilità di un Security operation Center per il sistema e Integrazione con SOC di Gruppo: La disponibilità di connettori o API per l'integrazione con il Security Operation Center (SOC) del Gruppo costituisce requisito per il monitoraggio e la gestione degli eventi di sicurezza.</p>
<p>La piattaforma deve trattare esclusivamente dati statistici aggregati, senza l'elaborazione di dati personali identificabili, garantendo così la protezione delle informazioni, in linea con le normative sulla data protection e il principio di minimizzazione nel trattamento dei dati personali, assicurando che non</p>
<p>La soluzione non dovrà raccogliere cookie e indirizzi IP e non richiama campi contenenti dati personali dalle AdTech&Media platforms</p>
<p>I dati statistici fanno riferimento alle visualizzazioni dei banner (numero di impression) numero di click ai banner e visualizzazioni alle pagine dei siti delle società del gruppo (che si inseriranno sotto</p>
<p>Gli output attesi sono report aggregati con visualizzazioni banner, click e numero di visite alle pagine del sito, monitorate dal centro media OMD con adserver</p>
<p>Il Fornitore deve porre in essere tutti i controlli e le misure tecnologiche ed organizzative necessarie a garantire un adeguato livello di sicurezza logica a tutto il dominio dei sistemi, servizi, dati e informazioni</p>
<p>È fatto richiamo al Fornitore nell'utilizzo di un comportamento etico e riservato in tutta la filiera della gestione delle informazioni del Cliente con cui verrà in contatto e di cui dovrà salvaguardare l'integrità e la disponibilità per il proprio mandato o per autorizzazione diretta del Cliente.</p>
<p>I servizi erogati dal Fornitore dovranno in particolare assicurare sempre il migliore isolamento possibile dei dati e delle informazioni del Cliente anche per strumenti, sistemi o servizi condivisi e non dedicati, e garantirne la riservatezza nei confronti di accessi non autorizzati o non necessari.</p>
<p>Il Fornitore dovrà garantire che il modello di gestione della sicurezza, le architetture e le tecnologie impiegate per l'erogazione del servizio siano soggetti a un'evoluzione continua, in linea con gli standard di sicurezza, le normative vigenti e le best practice di settore, al fine di garantire un livello adeguato di</p>
<p>Il Fornitore dovrà garantire l'adozione di un modello di sicurezza "Zero Trust" come approccio strategico alla sicurezza informatica che protegge l'organizzazione eliminando la fiducia implicita e</p>
<p>il fornitore dovrà garantire l'adeguato presidio della sicurezza logica attraverso la presenza di politiche e procedure di sicurezza delle informazioni dell'intera organizzazione che indirizzano la gestione delle utenze e degli accessi ai sistemi informatici in funzione del livello autorizzativo dell'utenza (es. Admin, utenti base, utenti amministratore, etc.) garantendo la revisione periodica delle utenze, password policy e adeguate misure prescrittive per amministratori di sistema e le utenze privilegiate secondo i principi di SOC 2 e CSA Star</p>

<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguato presidio della sicurezza logica attraverso la gestione del ciclo di sviluppo sicuro del software, garantendo l'aderenza agli standard e alla normativa di settore quali OWASP e AGID e assicurando la scrittura di codice sicuro delle applicazioni nel loro specifico ambiente di sviluppo. Il Fornitore dovrà adottare un approccio 'security by design' nello sviluppo e nella gestione del proprio software, integrando misure di sicurezza fin dalle fasi iniziali del ciclo di vita</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante meccanismi di gestione delle password per valutarne complessità, scadenza, non riutilizzabilità delle precedenti, etc.</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante meccanismi di accesso ai sistemi che garantiscano il riconoscimento attraverso nome utente e password e/o sistemi di autenticazione multi-fattore (strong authentication).</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante associazione univoca delle utenze alle persone fisiche, identificabili con nome e cognome e/o riconducibili univocamente ad un unico soggetto responsabile. In caso di utenze Machine-To-Machine, è necessario attribuire le credenziali ad unico soggetto utilizzatore.</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante implementazione di controlli che permettano di definire quali operazioni possa compiere uno specifico utente nel rispetto dei principi di "Least Privilege" e "Need to Know".</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante implementazione di controlli specifici cadenzati sulle utenze con privilegi ampi per impedire operazioni illecite.</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante tracciamento degli accessi degli utenti, oltre che la registrazione e memorizzazione dei log degli accessi e delle attività svolte, con particolare riferimento agli utenti con credenziali privilegiate</p>
<p>I datacenter e le informazioni/servizi in Cloud devono risiedere su territorio nazionale o all'interno dell'Unione Europea.</p>
<p>Il fornitore dovrà garantire la possibilità a Ferrovie dello Stato di effettuare audit, ispezioni, verifiche di sicurezza e monitoraggi con proprio personale o tramite società terze, per verificare la rispondenza di quanto prescritto a quanto eseguito, garantendo il sostegno e la collaborazione adeguata e</p>
<p>Il fornitore dovrà essere dotato di procedure e sistemi in grado di garantire il backup e recovery dei dati e dei sistemi, garantendo la protezione delle copie di backup mediante opportune misure di sicurezza fisica e logica, che devono essere opportunamente cifrate. Il Fornitore dovrà così condurre dei test</p>
<p>Il Fornitore dovrà garantire che le chiavi di crittografia di sua responsabilità – ad eccezione di casi specifici nei quali sarà pertinenza del Gruppo FS - siano generate in modo sicuro impedendo la diffusione delle chiavi di cifratura con soggetti non autorizzati. Su esplicita richiesta del Cliente, il</p>
<p>Il Fornitore dovrà effettuare attività periodiche e schedate di security assessment (a titolo esemplificativo VA, PT, SAST, IAST, DAST) per la verifica del livello di sicurezza di infrastrutture, sistemi e codice sviluppato mediante la ricerca di vulnerabilità o debolezze che, se sfruttate potrebbero comprometterne il livello di sicurezza, individuando le possibili azioni di rimedio. Il Fornitore si impegna a condividere l'esito degli assessment e del relativo piano di rimedio concordando le priorità di</p>
<p>Il Fornitore deve garantire la definizione e l'attuazione di un piano di distribuzione degli aggiornamenti o workaround, pianificando le azioni necessarie per l'aggiornamento dei sistemi, la mitigazione delle vulnerabilità e l'applicazione delle patch di sicurezza.</p>
<p>Il Fornitore dovrà garantire che i sistemi, le applicazioni, i servizi e le infrastrutture utilizzati per l'erogazione del servizio siano in grado di generare eventi e log rilevanti ai fini della sicurezza, e audit log. Tali log dovranno essere raccolti, conservati (in tempi concordati con il Cliente) e correlati mediante apposite piattaforme (es. SIEM), al fine di consentire attività di monitoraggio, analisi e rilevazione di</p>

<p>Il Fornitore dovrà garantire un servizio di Real Time Monitoring h24x7 finalizzato alla rilevazione e analisi di attacchi informatici e minacce, e alla gestione di anomalie e incidenti di sicurezza nel perimetro di erogazione dei servizi al Cliente che dovrà comprendere:</p> <ul style="list-style-type: none"> - personale specializzato in un centro specializzato (SOC) in grado di correlare gli eventi di sicurezza intercettati, analizzare gli alert generati dalla piattaforma di monitoraggio e correlazione, attivare le opportune procedure e processi per la gestione degli incidenti; - La gestione degli incidenti di sicurezza identificati attraverso un team operativo specializzato in grado di intervenire tempestivamente per il contenimento, il contrasto e la risoluzione dell'incidente e/o attacco informatico. <p><u>- La produzione degli incident report che relazionano le cause dell'incidente rilevato, gli eventuali danni</u></p>
<p>Il Fornitore dovrà comunicare nei tempi e nei modi, previsti dalle normative vigenti (es. GDPR, Direttiva NIS, ecc.) e concordati con il Cliente, ogni incidente occorso sui sistemi che gestiscono dati e informazioni del Cliente. Il Fornitore dovrà provvedere, inoltre, alla stima dei possibili impatti sulla sicurezza delle informazioni, sugli asset e sui servizi erogati al Cliente, e prevedere una RCA per ciascun caso con esito positivo o negativo.</p>
<p><u>Il Fornitore deve segnalare tempestivamente al Cliente eventuali accessi non autorizzati a dati del</u></p> <p>Dovranno essere altresì tempestivamente comunicate, nei tempi e nei modi concordati con il Clienti, le eventuali rilevazioni di anomalie di sicurezza sui sistemi del Fornitore, e/o di supply direttamente</p>
<p>Il fornitore dovrà proteggere adeguatamente i Log raccolti mediante sistemi e tecniche che ne garantiscono l'inalterabilità, la non cancellabilità e la conservazione per tutto il tempo ritenuto congruo e comunque non inferiore a quanto indicato dalle normative vigenti.</p>
<p>Il Fornitore dovrà implementare misure adeguate a protezione dei sistemi, dei servizi, delle applicazioni anche se solo indirettamente coinvolti o impiegati per l'erogazione dei servizi al Cliente (es. sistemi di virtualizzazione, sistemi di trouble ticketing etc...), ivi inclusi per i modelli cloud i contesti di pertinenza del Fornitore e i sistemi, software, architetture e servizi condivisi o multi-istanza.</p>
<p>Il Fornitore dovrà assicurare la Business Continuity e Disaster Recovery in caso di interruzioni e/o malfunzionamenti, sulla base degli RTO/RPO condivisi dal Cliente e basati sugli SLA richiesti, e attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un piano di disaster recovery, che stabilisce le misure tecniche e organizzative per garantire il funzionamento dei centri di elaborazione dati (CED) e delle procedure informatiche rilevanti in siti alternativi a quelli di produzione. - Un piano di continuità operativa (business continuity), che fissa gli obiettivi e i principi da perseguire, <u>descrive le procedure per la gestione della continuità operativa, anche affidate a soggetti esterni.</u>
<p>Il Fornitore dovrà garantire la protezione dei dati, mediante cifratura, mascheramento, segregazione: <u>esistenza di tecniche di cifratura dei dati memorizzati (es. dati memorizzati nei database o nelle</u></p>
<p><u>Il Fornitore dovrà garantire la cancellazione e dismissione sicura dei dispositivi HW/SW utilizzati nell'ambito dell'erogazione dei servizi al Cliente, incluse le Postazioni di Lavoro del personale coinvolto</u></p>
<p>Il Fornitore si impegna a garantire il rispetto di tutti gli standard normativi e le prescrizioni operative previsti dalla Direttiva NIS 2, adeguando la fornitura per tutta la durata del contratto. Altresì, nel rispetto delle leggi, norme e direttive vigenti, tra cui il Regolamento UE 2016/679 General Data Protection Regulation (GDPR) e relativi decreti e regolamenti attuativi, i principi guida nella definizione e nell'attuazione del modello di sicurezza prendono a riferimento i principali standard e best practice internazionali, tra i quali si citano a titolo esemplificativo e non esaustivo i seguenti e successive revisioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • COBIT5; • NIST Cybersecurity Framework for Critical Infrastructure, SP 800-145, SP 800-144, SP 500-299; • ENISA Security and Resilience in Governmental Clouds; • Cloud Control Matrix; • <u>EU NIS Directive 2016/1148 (D.lgs. n. 65/2018).</u>

<p>Il Fornitore del servizio cloud deve dimostrare il possesso di seguenti certificazioni di sicurezza e conformità riconosciute, garantendo il rispetto degli standard di settore per la protezione dei dati e la gestione della sicurezza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ISO 27001
<p>Il Fornitore dovrà garantire l'adozione di misure di sicurezza atti a garantire l'adeguata sicurezza delle infrastrutture secondo gli SLA previsti in termini di availability, restore, business continuity e disaster recovery.</p>
<p>Il Fornitore si impegna a garantire il corretto e tempestivo adeguamento tecnologico all'ultima release hardware/software disponibile per tutti i sistemi e servizi ICT che concorrono anche indirettamente nell'erogazione del servizio al Cliente, assicurando la tempestiva applicazione delle patch di sicurezza. In mancanza delle stesse, il Fornitore dovrà provvedere a seguire le indicazioni di mitigation fornite dai</p>
<p>Il Fornitore deve garantire la costante distribuzione del software e degli aggiornamenti di sicurezza sui sistemi/piattaforme che mitighino le vulnerabilità che insistono sulle tecnologie a supporto dei sistemi</p>
<p>Il Fornitore deve garantire che tutte le attività di sviluppo siano svolte in un ambiente diverso da quello di Esercizio.</p>
<p>Il Fornitore deve inoltre prevedere apposite procedure di roll back al fine di ripristinare lo stato iniziale di qualsiasi sistema o servizio, qualora dovessero presentarsi problemi imprevisti e irrisolvibili durante la procedura di aggiornamento per effetto di un cambiamento.</p>
<p>Il Fornitore dovrà poter garantire che le connessioni da e verso il sistema, supportino i seguenti standard: VPN IPSec, TLS 1.2 o superiore, mTLS, API autenticate; autenticazione forte (mutual authentication con certificati) e utilizzo di API gateway.</p>
<p>Il Fornitore dovrà garantire, in caso di presenza e utilizzo di sistemi di Intelligenza Artificiale, la compliance con la normativa AI Act e gli standard di settore, in particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ISO/IEC 22989 – Information technology — Artificial intelligence — Concepts and terminology -Definisce i termini, i concetti fondamentali e la terminologia comune per l'IA. - ISO/IEC 23053 – Framework for AI systems using machine learning - Fornisce un quadro di riferimento per i sistemi di IA basati sul machine learning.

[illegible]

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

[illegible]

[illegible]

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

Si

[illegible]

Note

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Tipologia Requisito	ID	Ambito	Descrizione requisito	Criteri valutazione	Valutazione copertura requisito/Proposta Operatore Economico	Note
Requisiti di tipo funzionale	RF1	Strategia	Il sistema deve consentire la configurazione, gestione e monitoraggio di strategie pubblicitarie multicanale, con la possibilità di definire obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Accessibili, Rilevanti, Temporizzati) e associarli a metriche di performance come: tasso di conversione, ROI, reach, CPL. Deve inoltre supportare la documentazione e la tracciabilità delle decisioni strategiche adottate.	<ul style="list-style-type: none">•Presenza di funzionalità per la definizione di obiettivi SMART•Disponibilità di dashboard per il monitoraggio dei KPI•Capacità di esportazione dei dati strategici in formato leggibile (PDF, Excel) <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF2	Strategia	Il sistema deve consentire la definizione e il monitoraggio di obiettivi pubblicitari specifici e misurabili, in linea con le priorità aziendali. Deve supportare almeno i seguenti casi d'uso: <ul style="list-style-type: none">• Aumento delle vendite: strumenti per monitorare le metriche di vendita ed evidenziare l'eventuale impatto delle campagne sui ricavi.• Incremento dell'utilizzo dei servizi: analisi dei dati di utilizzo come: passeggeri per tratta, fascia oraria e correlazione con le attività di marketing.• Promozione di iniziative di sostenibilità: creazione di messaggi focalizzati su temi ambientali, con dashboard per misurare l'engagement : sondaggi, interazioni social.	<ul style="list-style-type: none">•Capacità di configurare obiettivi legati a vendite, utilizzo servizi e sostenibilità•Disponibilità di strumenti di analisi e correlazione dati•Presenza di dashboard per il monitoraggio dell'engagement <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF3	Strategia	Il sistema deve supportare la pianificazione integrata di campagne pubblicitarie su più canali digitali come: social media, display advertising, Google Ads, sponsorizzazioni digitali, consentendo la gestione centralizzata delle attività. Deve inoltre offrire funzionalità di suggerimento automatico per l'allocazione ottimale del budget tra le concessionarie, sulla base di KPI configurabili per : CTR, ROI, reach e vincoli di budget.	<ul style="list-style-type: none">•Presenza di interfaccia per la pianificazione multicanale•Capacità di configurare e gestire canali eterogenei•Disponibilità di suggerimenti automatici per l'allocazione del budget•Supporto a KPI personalizzabili per ogni canale/concessionaria <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e quattro i criteri rispettati off: anche uno solo dei 4 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF4	Pianificazione	Il sistema deve consentire la creazione e gestione di piani pubblicitari dettagliati, tenendo conto delle risorse disponibili come : budget, canali, delle priorità strategiche definite dall'utente e delle tempistiche di attivazione. Deve includere funzionalità per la visualizzazione del piano, la modifica dinamica e la simulazione dell'impatto delle scelte pianificate sui KPI.	<ul style="list-style-type: none">•Presenza di interfaccia per la pianificazione dettagliata•Capacità di gestire risorse e priorità•Funzionalità di simulazione e ottimizzazione del piano•Tracciabilità delle modifiche e versioning <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e quattro i criteri rispettati off: anche uno solo dei 4 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF5	Pianificazione	Il sistema deve consentire la definizione di un budget complessivo e la sua distribuzione tra canali e campagne pubblicitarie. Deve includere funzionalità di: <ul style="list-style-type: none">• Suggerimento automatico per l'allocazione ottimale del budget• Integrazione di variabili stagionali come: festività, eventi locali, per ottimizzare il ROI.• Simulazione di scenari di budget, con visualizzazione dell'impatto previsto sui KPI come: CTR, conversioni, reach.	<ul style="list-style-type: none">•Presenza di funzionalità di allocazione automatica e simulazione•Capacità di integrare variabili esterne (stagionalità, eventi)•Disponibilità di dashboard per analisi comparativa tra scenari <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF11	Attivazione	Il sistema deve supportare la personalizzazione dei messaggi pubblicitari in base a target, canale e obiettivi di campagna. Deve inoltre monitorare la coerenza dei messaggi erogati rispetto alla strategia definita, segnalando eventuali disallineamenti o incoerenze comunicative.	<ul style="list-style-type: none">•Presenza di funzionalità per la personalizzazione dinamica dei messaggi•Capacità di monitorare la coerenza tra messaggi, target e obiettivi•Notifiche o alert in caso di incoerenze rilevate <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF20	Insight	Il sistema deve offrire funzionalità di analisi avanzata e predittiva, basate su dati statistici e aggregati, per supportare la pianificazione strategica e l'ottimizzazione delle campagne pubblicitarie. In particolare, deve: <ul style="list-style-type: none">•Fornire modelli predittivi in grado di stimare le performance future delle campagne : conversioni attese, ROI stimato, sulla base di dati storici e trend di mercato.•Identificare opportunità di ottimizzazione a lungo termine, evidenziando pattern ricorrenti, stagionalità e comportamenti di pubblico rilevanti.	<ul style="list-style-type: none">• Capacità di generare scenari previsionali e suggerimenti strategici• Visualizzazione dei trend e delle proiezioni tramite dashboard <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e due i criteri rispettati off: anche uno solo dei 2 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF21	Insight	Il sistema deve offrire funzionalità di benchmarking e comparazione delle performance delle campagne pubblicitarie, consentendo di: <ul style="list-style-type: none">•Confrontare i risultati delle campagne con benchmark di settore o valori di riferimento configurabili, per valutare il posizionamento competitivo.	<ul style="list-style-type: none">•Presenza di moduli di benchmarking configurabili•Capacità di confronto tra campagne attuali e storiche•Visualizzazione delle differenze tramite dashboard o report <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		

Requisiti di tipo funzionale	RF23	Financial	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve offrire funzionalità specifiche per il controllo finanziario delle campagne pubblicitarie, includendo almeno le seguenti capacità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funzionalità di riconciliazione finanziaria, che consentano l'allineamento tra ordini di acquisto, fatture ricevute e spese effettivamente sostenute, con esportazione dei dati in formato compatibile con i principali sistemi ERP. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza delle funzionalità richieste, verificabili mediante dimostrazione operativa o documentazione tecnica. • Livello di configurabilità degli alert e dei budget. <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e due i criteri rispettati off: anche uno solo dei 2 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF24	Financial	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve supportare la gestione strutturata e automatizzata del ciclo passivo relativo alle attività pubblicitarie, garantendo le seguenti funzionalità minime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Automazione del processo di gestione delle fatture, includendo: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Associazione automatica tra fatture ricevute e ordini/booking pubblicitari registrati nel sistema; ◦ Classificazione per canale e partner pubblicitario; ◦ Tracciamento dello stato della fattura (ricevuta, approvata, liquidata); ◦ Metriche configurabili per scadenze, errori o incongruenze. • Reportistica finanziaria dettagliata, con le seguenti caratteristiche: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Confronto automatico tra costi pianificati e costi effettivi per campagna, canale e fornitore; ◦ Evidenziazione automatica delle discrepanze con log degli scostamenti; ◦ Esportazione dei report in formati standard (es. api, XLSX, CSV, PDF). 	<ul style="list-style-type: none"> • Dimostrabilità delle automazioni previste per l'associazione e il tracciamento delle fatture. • Disponibilità e configurabilità delle funzioni di reportistica. • Capacità di integrazione/interoperabilità con software gestionali e sistemi di contabilità. <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF26	Financial	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve garantire la piena trasparenza e auditabilità attraverso le seguenti funzionalità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tracciamento completo di tutte le transazioni finanziarie, incluse: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Budget assegnati e modificati; ◦ Spese registrate e fatture associate; ◦ Pagamenti effettuati. • Archiviazione strutturata e accessibile dei dati finanziari, che consenta: <ul style="list-style-type: none"> ◦ La conservazione dei dati in formato consultabile e facilmente esportabile (es. CSV, XLSX, PDF, XML); ◦ L'accesso profilato in base ai ruoli (es. auditor interno, revisore esterno, controller); ◦ La ricerca per periodo, fornitore, campagna, centro di costo, ID transazione. • Log di audit dettagliato, che documenti ogni modifica o azione rilevante con: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Il utente, data e ora; ◦ Il tipo di operazione (es. modifica budget); ◦ La tracciabilità completa per esigenze di verifica e conformità. 	<ul style="list-style-type: none"> • Completezza del tracciamento e delle informazioni archiviate secondo quanto descritto dal requisito • Facilità di accesso e di esportazione per attività di audit. • Presenza di un log immutabile e consultabile secondo le normative vigenti (es. GDPR, standard contabili). <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF27	E2E Integration	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve supportare l'integrazione dei processi lungo tutto il ciclo di vita di una campagna pubblicitaria, offrendo una copertura funzionale completa (end-to-end) o, in alternativa, la possibilità di focalizzarsi su specifiche fasi tramite componenti modulari. In particolare, il sistema deve garantire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestione integrata delle fasi di: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Definizione della strategia (brief, target, obiettivi, canali); ◦ Pianificazione e buying (budget allocation, gestione fornitori, booking); ◦ Attivazione e delivery delle campagne; ◦ Monitoraggio, ottimizzazione e reporting; ◦ Analisi post-campagna e archiviazione. • Possibilità di implementazione modulare, con attivazione selettiva di specifici ambiti funzionali come: media buying oppure solo ottimizzazione, mantenendo la coerenza dei dati e la tracciabilità lungo l'intero processo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Modularità dell'architettura e interoperabilità dei moduli. • Capacità di integrazione con sistemi esterni, documentata da specifiche tecniche/API disponibili o referenze operative. <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e due i criteri rispettati off: anche uno solo dei 2 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF29	E2E Integration	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve permettere la gestione centralizzata delle campagne pubblicitarie attive su più canali (es. digital, social, TV, stampa, DOOH), assicurando il coordinamento operativo e strategico delle attività, al fine di ridurre inefficienze, sovrapposizioni e disallineamenti. Il sistema deve includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pianificazione e gestione unificata delle campagne su canali diversi all'interno di un'unica interfaccia, con: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Calendario condiviso per la visualizzazione simultanea delle attività per canale; ◦ Assegnazione e tracciamento dei budget per ciascun canale; ◦ Definizione di obiettivi e KPI per canale e cross-canale. • Rilevamento di sovrapposizioni o conflitti, con: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Segnalazione automatica di campagne concorrenti sullo stesso target o nello stesso periodo; ◦ Alert per disallineamenti su messaggi, obiettivi o timing. • Allineamento e confronto dei risultati tra canali, tramite: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Dashboard centralizzata per l'analisi delle performance multicanale; ◦ Indicatori di efficienza cross-channel (es. copertura unica stimata, frequenza media, reach overlap). 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilità di funzionalità di gestione e pianificazione multicanale in un'interfaccia unificata. • Capacità di rilevare automaticamente conflitti o sovrapposizioni. • Presenza di strumenti per il confronto analitico tra canali. <p>Il punteggio è attribuito: on: tutti e tre i criteri rispettati off: anche uno solo dei 3 criteri non è rispettato</p>		
Requisiti di tipo funzionale	RF30	Automazione dei processi e integrazione continua del flusso operativo	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve abilitare flussi di lavoro automatizzati e senza soluzione di continuità lungo tutte le fasi del ciclo di vita di una campagna pubblicitaria, riducendo l'intervento manuale e ottimizzando tempi ed errori operativi. In particolare, il sistema deve garantire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrazione end-to-end dei processi, comprendente: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Pianificazione strategica (budgeting, obiettivi, canali); ◦ Esecuzione (media buying, attivazione campagne); ◦ Monitoraggio e ottimizzazione (raccolta dati, analisi KPI); ◦ Chiusura e riconciliazione finanziaria (costi, fatture, consuntivi). • Automazione delle attività ricorrenti o manuali, quali: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Generazione e distribuzione di task a team o fornitori; ◦ Invio automatico di richieste approvative; ◦ Importazione e classificazione dei dati di spesa e performance; ◦ Alert e alert per anomalie o scostamenti. • Workflow configurabili e tracciabili, con: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Definizione di regole personalizzabili per ciascuna fase; ◦ Log di avanzamento e responsabilità; ◦ Visualizzazione grafica dello stato dei flussi (es. tramite workflow builder o kanban). 	<p>Proposta tecnica dell'operatore economico in cui venga indicata:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampiezza delle fasi coperte da automazione end-to-end. • Livello di configurabilità e tracciabilità del workflow. • Riduzione stimata dei task manuali documentata da benchmark o case study. 		

Requisito Tecnico	RT.3	Multilingua avanzato	La piattaforma dovrà essere multilingua e dovrà supportare la lingua francese, spagnola, tedesca e greca	a: assente b: una lingua aggiuntiva c: due lingue aggiuntive d: tre lingue aggiuntive e: quattro lingue aggiuntive		
Requisito Tecnico	RT.7	Integrazione con O365	La piattaforma deve consentire l'integrazione con la suite Microsoft Office365	On/off		
Requisiti Architetture	RTA.6	Architecture Design - integration	Analytics: Devono essere disponibili tramite plugin, script o API specifiche tecniche, integrabili con le piattaforme di analytics (es Adobe Analytics, Google Analytics Salesforce Analytics)	On/off		
Requisiti Architetture	RTA.7	Architecture Design - integration	Logging: È richiesta la conformità agli standard OpenTelemetry per la raccolta e la gestione dei log.	On/off		
Requisiti Architetture	RTA.8	Architecture Design - integration	Integrazione ITSM: È richiesta la capacità di integrazione tramite connettori o API, con i sistemi IT Service Management (ITSM) del cliente	On/off		
Requisiti Architetture	RTA.11	Architecture Design	È richiesto all'Operatore Economico di dettagliare: •Il modello dati adottato e la sua struttura (es. gestione di asset, piani, calendari, documenti, ecc.) •Le modalità di tracciamento e versionamento dei contenuti e delle configurazioni •Le policy e le tempistiche di backup, retention e ripristino in caso di malfunzionamento •La predisposizione e la gestione degli ambienti di develop, staging e production, inclusi i criteri di separazione, sicurezza e aggiornamento degli stessi. •Le procedure di incident communication e incident management	Proposta tecnica dell'operatore economico		
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.4	Cyber	Disponibilità di ambienti multi-tenant e deploy multi-region al fine di poter indirizzare segregazioni logiche e fisiche, altresì SLA relativi a Business Continuity e Disaster Recovery.	a: assente b: solo multi-tenant c: multi-tenant + deploy multi-region documentati d: piena copertura e SLA verificabili (piano di continuità operativa, indicatori di performance)		
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.17	Cyber	Il Fornitore deve aver definito e implementato un processo di Threat Intelligence per raccogliere, analizzare ed elaborare le informazioni relative alle potenziali minacce che potrebbero impattare il servizio e/o l'organizzazione servita, usando appositi strumenti e data feed.	a:assente b:citato genericamente/prassi c:processo interno documentato e pubblicato d:processo attivo con tool automatizzati e fonti certificate		
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.18	Cyber	Il fornitore dovrà garantire, tramite la disponibilità di un CMDB (Configuration Management Database) aggiornato, la tracciabilità dei dispositivi hardware e software utilizzati per l'erogazione del servizio. Tali informazioni dovranno essere rese disponibili al Cliente su richiesta, ai fini di audit, sicurezza o gestione operativa.	a: assente b: inventario statico HW/SW c: CMDB con aggiornamenti semi-manuali d: CMDB attivo e integrato con sistemi di gestione		
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.34	Cyber	Il Fornitore del servizio cloud deve dimostrare il possesso di seguenti certificazioni opzionali di sicurezza e conformità riconosciute, garantendo il rispetto degli standard di settore per la protezione dei dati e la gestione della sicurezza: • ACN (Ex-AGID) • CSA STAR Level 2 (Third-Party Audit) • ISO 22301 • SOC 2 • SOC 3	a: nessuna certificazione b: almeno 1 certificazione attiva c: almeno 2 certificazioni attive d: ≥3 certificazioni attive		
Requisiti Sicurezza e Privacy	RCY.42	Cyber	Il Fornitore dovrà garantire la compliance ai seguenti standard di settore: •ISO/IEC 23894 – AI concepts and terminology for trustworthiness Si concentra sui termini relativi all'affidabilità e alla fiducia nei sistemi di IA. •ISO/IEC TR 24028 – Overview of trustworthiness in artificial intelligence Fornisce linee guida e principi per garantire che i sistemi IA siano affidabili e trasparenti. •ISO/IEC 24029-1 – Assessment of robustness of neural networks Standard per valutare la robustezza delle reti neurali. •ISO/IEC TR 20547 (serie) – Big data Anche se più focalizzato su big data, riguarda aspetti importanti per l'IA in termini di gestione dati e qualità.	a: nessuna certificazione b: almeno 1 certificazione attiva c: almeno 2 certificazioni attive d: ≥3 certificazioni attive		
Requisiti sostenibilità	RS.1	Sostenibilità	Certificazione ISO 9000 Sistema di Gestione della Qualità	Possesso formale della certificazione (valida, non scaduta, intestata all'operatore economico)		
Requisiti sostenibilità	RS.2	Sostenibilità	Certificazione UNI CEI EN ISO 50001:2018 Sistema di gestione dell'energia	Possesso formale della certificazione (valida, non scaduta, intestata all'operatore economico)		

Requisiti sostenibilità	RS.3	Sostenibilità	UNI EN 301549 Requisiti di accessibilità per prodotti e servizi ICT	Possesso formale della certificazione (valida, non scaduta, intestata all'operatore economico)		
Requisiti sostenibilità	RS.4	Sostenibilità	Certificazione della parità di genere di cui all'articolo 46-bis del decreto legislativo n.196/2006	Possesso formale della certificazione (valida, non scaduta, intestata all'operatore economico)		
Requisiti sostenibilità	RS.5	Sostenibilità	Garanza d'origine - Provenienza dell'energia elettrica da fonti rinnovabili	Possesso formale della certificazione (valida, non scaduta, intestata all'operatore economico)		

Allegato Tecnico

Gestione delle campagne paid media del Gruppo FS

1 Sommario

1.	Introduzione	3
1.1	Contesto ed Obiettivi	3
1.2	Applicabilità e perimetro	3
1.3	Principali Definizioni e Acronimi.....	4
2	Descrizione	5
2.1	Panoramica del processo	5
2.2	Ambito di applicazione.....	5
3	Requisiti generali	5
3.1	Introduzione	5
3.2	Requisiti Architettureali	6
3.3	Requisiti funzionali	8
3.4	Requisiti Tecnici	28
3.5	Requisiti di Sicurezza e Privacy	30
3.6	Orario di Esercizio richiesto, Indisponibilità e Manutenzione	39
4	Matrice servizi – modalità di esecuzione	41
5	Competenze e Responsabilità	41

1. Introduzione

1.1 Contesto ed Obiettivi

L'iniziativa proposta si colloca all'interno di una strategia più ampia di evoluzione del modello operativo di Trenitalia nel contesto delle attività di *digital media*, con l'obiettivo di implementare un sistema per la gestione e monitoraggio delle campagne Paid Media del Gruppo FS. Tale sistema è concepito per centralizzare, ottimizzare e automatizzare sia la gestione delle campagne pubblicitarie, garantendo al contempo trasparenza e conformità normativa, in termini di pianificazione, controllo, monitoraggio ed efficienza.

L'iniziativa considera le campagne pubblicitarie "Above the Line" (ATL) di Trenitalia e del Gruppo FS, ossia attività di marketing e comunicazione digitale non targetizzate, che utilizzano Paid Media. Si concentra sui processi gestionali, dalla pianificazione strategica alla reportistica e riconciliazione. Le campagne ATL Paid Media sono usate per assistere il lancio di nuovi prodotti/servizi o per eventi ricorrenti, come i cambi orario, e possono essere:

- Online web
- Online social

L'obiettivo della piattaforma in ambito FS è il **Supporto strategico**, utile a consentire decisioni basate sui dati grazie all'utilizzo di insight consolidati e predittivi.

La consultazione di mercato è finalizzata all'analisi dei potenziali Operatori Economici **idonei, focalizzata su una o più fasi del ciclo di gestione delle campagne paid media online**. L'esigenza è di focalizzarsi solo sul digital advertising e non sull'offline, sul quale non c'è la necessità di modificare la gestione.

Il Sistema che verrà selezionato è concepito come una **source of truth**, che raccoglie tutte le informazioni dalle diverse tecnologie AdTech utilizzate per la gestione delle campagne di Trenitalia e delle altre società del Gruppo FS, consentendo una gestione programmatica e potenzialmente in tempo reale delle attività.

Il sistema dovrà consentire di raggiungere un approccio strutturato che permetta di raggiungere i seguenti risultati:

- **Controllo e governance:** Rafforzamento della supervisione in ogni fase del processo coperto, dalla definizione della strategia alla reportistica e riconciliazione dei dati;
- **Ottimizzazione delle performance:** Miglioramento dei risultati delle campagne ATL, aumentando l'efficacia delle attività pianificate;
- **Qualità e affidabilità:** Potenziamento della qualità e dell'affidabilità della reportistica grazie a un maggiore livello di dettaglio.

1.2 Applicabilità e perimetro

Il nuovo Sistema per la gestione e il monitoraggio delle campagne Paid Media dovrà garantire che:

- le attività svolte siano in linea con le normative vigenti in termini di privacy e protezione dei dati.

- Il supporto all'operatività, infine, dovrà prevedere strumenti e funzionalità che facilitino l'implementazione e la gestione delle attività media.

Il **perimetro** del progetto definisce i confini entro i quali il sistema opera, stabilendo:

- **Ambiti funzionali:** gestione delle campagne pubblicitarie, analisi delle performance, e automazione dei processi.
- **Integrazione con stakeholder esterni:** il sistema deve interfacciarsi con i sistemi di identity di gruppo FS oltre ai partner come centri media e fornitori tecnologici per garantire un flusso di lavoro fluido.
- **Protezione e riservatezza:** il perimetro include tutti i dati statistici e aggregati gestiti, garantendo che rimangano entro i confini stabiliti dall'organizzazione e dalle normative di sicurezza senza contenere dati personali.
- **Canali coperti:** paid digital advertising, garantendo coerenza nella comunicazione.

1.3 Principali Definizioni e Acronimi

Di seguito le principali definizioni e acronimi:

Definizioni

- **Paid Media:** Spazi pubblicitari acquistati su canali digitali e tradizionali per promuovere prodotti o servizi.
- **AdTech (Advertising Technology):** Tecnologie e strumenti utilizzati per gestire e ottimizzare le campagne pubblicitarie.
- **Adserver:** Piattaforma tecnologica utilizzata per gestire, distribuire e monitorare gli annunci pubblicitari digitali, supportando pianificazione, tracking e ottimizzazione delle campagne.

Acronimi

- **KPI (Key Performance Indicators):** Indicatori chiave di performance utilizzati per misurare il successo delle campagne.
- **CPL (Cost per Lead):** Costo per acquisire un contatto qualificato
- **CTR (Click-Through Rate):** Percentuale di clic rispetto alle visualizzazioni
- **ROI (Return on Investment):** Ritorno economico sull'investimento pubblicitario
- **DSP (Demand-Side Platform):** Piattaforme che consentono agli inserzionisti di acquistare spazi pubblicitari in modo automatizzato
- **CDP (Customer Data Platform):** Sistema che centralizza i dati provenienti da diverse fonti per creare un profilo cliente unificato. Utilizzato per personalizzare le campagne pubblicitarie e migliorare l'esperienza utente.

2 Descrizione

2.1 Panoramica del processo

Il progetto si pone l'obiettivo di ottimizzare e modernizzare la gestione delle campagne pubblicitarie per il Gruppo FS, mirando a fornire al gruppo che al momento né è sprovvisto un Sistema per centralizzare e automatizzare i relativi processi Media.

Un focus specifico sarà rivolto alla creazione di un ecosistema integrato con gli adserver che garantisca:

- Efficienza nella pianificazione e distribuzione delle campagne pubblicitarie.
- Conformità normativa, in particolare rispetto alle linee guida del DP (Data Protection).
- Monitoraggio delle prestazioni attraverso l'analisi di KPI (Key Performance Indicators), quali CTR (Click-Through Rate), ROI (Return on Investment) e CPL (Cost per Lead), Availability e SLA.

2.2 Ambito di applicazione

La piattaforma dovrà coprire l'intero ciclo di vita delle campagne pubblicitarie ad esclusione delle transazioni economiche, includendo:

1. **Pianificazione e Strategia:** Definizione degli obiettivi di comunicazione, identificazione del target audience in forma anonima e selezione dei canali più adeguati.
2. **Implementazione Tecnologica:** Integrazione e configurazione di piattaforme tecnologiche come CDP, DSP e Adserver per garantire un'erogazione fluida e monitorata delle campagne.
3. **Gestione e Ottimizzazione:** Monitoraggio in tempo reale delle campagne tramite indicatori chiave (KPI) e strumenti di AdTech per migliorare l'efficacia degli annunci pubblicitari.
4. **Conformità Normativa:** Assicurare il rispetto delle normative sulla protezione dei dati (ad esempio GDPR);
5. **Misurazione dei Risultati:** Valutazione delle prestazioni basata su metriche come ROI, CTR e CPL, al fine di ottimizzare le campagne future.

L'ambito di applicazione abbraccia in modo particolare i canali digitali, con una particolare attenzione alla trasparenza e alla coerenza delle attività pubblicitarie, in linea con gli obiettivi strategici dell'organizzazione.

3 Requisiti generali

3.1 Introduzione

Il presente allegato tecnico ha lo scopo di raccogliere, da parte dell'Operatore Economico, una rappresentazione esaustiva degli aspetti tecnologici e funzionali della piattaforma proposta.

L'Operatore Economico si occuperà della fornitura della piattaforma e del setup in modalità SaaS, mentre l'erogazione operativa dei servizi potrebbe essere a carico di un soggetto terzo. Inoltre, il Gruppo FS si riserva di richiedere attività progettuali o di quality assurance.

Le informazioni richieste serviranno a garantire l'utilizzo efficace della piattaforma da parte del soggetto erogatore, assicurando un'integrazione fluida, una corretta gestione dei dati e il rispetto dei requisiti di sicurezza, monitoraggio e interoperabilità.

Di seguito verranno dettagliati i seguenti requisiti:

- Requisiti funzionali
- Requisiti tecnici
- Requisiti Architetture di integrazione
- Requisiti Cyber Sec

3.2 Requisiti Architetture

Nel dettaglio, l'Operatore Economico deve dimostrare di rispettare i seguenti requisiti:

ID	DOMINIO	DESCRIZIONE REQUISITI	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RTA.1	Architecture Design	<p>L'Operatore Economico dovrà fornire una descrizione generale dell'architettura tecnologica della piattaforma in formato TOGAF, comprensiva di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Struttura dell'applicazione e delle integrazioni (es. architettura cloud-native, servizi esposti, principi di interazione API, Stream, IAM, backup, decoupling layer etc) • Modello SaaS adottato (es. multi-tenant, muti region, posizione die datacenter etc) e modalità di segregazione tra ambienti/organizzazioni <p>Documentazione da depositare sul tool Architetture del Gruppo a fine Setup comprensivo delle capability map attivate</p>	O
RTA.2	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Single Sign-On (SSO): L'integrazione dovrà avvenire tramite protocolli standard SAML2 o OAuth2, utilizzando l'Identity Provider fornito da Ferrovie. 	O
RTA.3	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • API Management: La soluzione deve includere strumenti che consentano l'esposizione e la documentazione completa di tutti i servizi e delle relative integrazioni tramite API Rest 	O
RTA.4	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Plugin Standard: È necessario prevedere integrazioni tramite plugin standard con tutti gli Operatori Economici previsti nel contesto progettuale. 	O
RTA.5	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Gestione DNS personalizzata: La soluzione dovrà supportare la configurazione di DNS custom, in base alle esigenze del cliente. 	O
RTA.6	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Analytics: Devono essere disponibili tramite plugin, script o API specifiche tecniche, integrabili con le piattaforme di analytics (es Adobe Analytics, Google Analytics Salesforce Analytics) 	M
RTA.7	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Logging: È richiesta la conformità agli standard OpenTelemetry per la raccolta e la gestione dei log. 	M
RTA.8	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> • Integrazione ITSM: È richiesta la capacità di integrazione tramite connettori o API, con i sistemi IT Service Management (ITSM) del cliente 	M

ID	DOMINIO	DESCRIZIONE REQUISITI	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RTA.9	Architecture Design - Integration	<ul style="list-style-type: none"> L'Operatore Economico dovrà rendere disponibili in forma Segregata almeno i seguenti ambienti: <ul style="list-style-type: none"> - Sviluppo, - Collaudo\integrazione - Produzione 	O
RTA.10	Architecture Design	Disponibilità di un Security operation Center per il sistema e Integrazione con SOC di Gruppo: La disponibilità di connettori o API per l'integrazione con il Security Operation Center (SOC) del Gruppo costituisce requisito per il monitoraggio e la gestione degli eventi di sicurezza. Operation Center (SOC) del Gruppo costituisce requisito per il monitoraggio e la gestione degli eventi di sicurezza.	O
RTA.11	Architecture Design	<p>È richiesto all'Operatore Economico di dettagliare :</p> <ul style="list-style-type: none"> Il modello dati adottato e la sua struttura (es. gestione di asset, piani, calendari, documenti, ecc.) Le modalità di tracciamento e versionamento dei contenuti e delle configurazioni Le policy e le tempistiche di backup, retention e ripristino in caso di malfunzionamento La predisposizione e la gestione degli ambienti di develop, staging e production, inclusi i criteri di separazione, sicurezza e aggiornamento degli stessi. Le procedure di incident communication e incident management 	M

3.3 Requisiti funzionali

I requisiti funzionali della piattaforma includono la capacità di centralizzare la gestione della strategia paid media su diversi canali all'interno di un unico tool. La piattaforma può sfruttare le potenzialità di automazione per ottimizzare le performances delle campagne pubblicitarie. Inoltre, può garantire valore aggiunto lungo l'intero ciclo operativo, dalla definizione della strategia alla riconciliazione finanziaria o solo su una parte specifica (es strategia, buying o ottimizzazione), permettendo una gestione efficiente, trasparente e integrata.

Di seguito i requisiti funzionali:

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF1	Strategia	Definizione e gestione della strategia pubblicitaria	<p>Il sistema deve consentire la configurazione, gestione e monitoraggio di strategie pubblicitarie multicanale, con la possibilità di definire obiettivi SMART (Specifici, Misurabili, Accessibili, Rilevanti, Temporizzati) e associarli a metriche di performance come: tasso di conversione, ROI, reach, CPL.</p> <p>Deve inoltre supportare la documentazione e la tracciabilità delle decisioni strategiche adottate.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di funzionalità per la definizione di obiettivi SMART • Disponibilità di dashboard per il monitoraggio dei KPI • Capacità di esportazione dei dati strategici in formato leggibile (PDF, Excel) 	M
RF2	Strategia	Allineamento agli obiettivi di business	<p>Il sistema deve consentire la definizione e il monitoraggio di obiettivi pubblicitari specifici e misurabili, in linea con le priorità aziendali. Deve supportare almeno i seguenti casi d'uso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento delle vendite: strumenti per monitorare le metriche di vendita ed evidenziare l'eventuale impatto delle campagne sui ricavi. • Incremento dell'utilizzo dei servizi: analisi dei dati di utilizzo come: passeggeri per tratta, fascia oraria e correlazione con le attività di marketing. • Promozione di iniziative di sostenibilità: creazione di messaggi focalizzati su temi ambientali, con dashboard per misurare l'engagement : sondaggi, interazioni social. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di configurare obiettivi legati a vendite, utilizzo servizi e sostenibilità • Disponibilità di strumenti di analisi e correlazione dati • Presenza di dashboard per il monitoraggio dell'engagement 	M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF3	Strategia	Pianificazione multicanale e suggerimenti di allocazione	Il sistema deve supportare la pianificazione integrata di campagne pubblicitarie su più canali digitali come: social media, display advertising, Google Ads, sponsorizzazioni digitali, consentendo la gestione centralizzata delle attività. Deve inoltre offrire funzionalità di suggerimento automatico per l'allocazione ottimale del budget tra le concessionarie, sulla base di KPI configurabili per : CTR, ROI, reach e vincoli di budget.per : CTR, ROI, reach e vincoli di budget.	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di interfaccia per la pianificazione multicanale • Capacità di configurare e gestire canali eterogenei • Disponibilità di suggerimenti automatici per l'allocazione del budget • Supporto a KPI personalizzabili per ogni canale/concessionaria 	M
RF4	Pianificazione	Creazione e ottimizzazione dei piani pubblicitari	Il sistema deve consentire la creazione e gestione di piani pubblicitari dettagliati, tenendo conto delle risorse disponibili come: budget, canali, delle priorità strategiche definite dall'utente e delle tempistiche di attivazione. Deve includere funzionalità per la visualizzazione del piano, la modifica dinamica e la simulazione dell'impatto delle scelte pianificate sui KPI.	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di interfaccia per la pianificazione dettagliata • Capacità di gestire risorse e priorità • Funzionalità di simulazione e ottimizzazione del piano • Tracciabilità delle modifiche e versioning 	M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF5	Pianificazione	Allocazione intelligente del budget pubblicitario	<p>Il sistema deve consentire la definizione di un budget complessivo e la sua distribuzione tra canali e campagne pubblicitarie. Deve includere funzionalità di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suggerimento automatico per l'allocazione ottimale del budget • Integrazione di variabili stagionali come: festività, eventi locali, per ottimizzare il ROI. • Simulazione di scenari di budget, con visualizzazione dell'impatto previsto sui KPI come: CTR, conversioni, reach.reach. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di funzionalità di allocazione automatica e simulazione • Capacità di integrare variabili esterne (stagionalità, eventi) • Disponibilità di dashboard per analisi comparativa tra scenari 	M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF6	Pianificazione	Definizione e monitoraggio dei KPI di campagna	<p>Il sistema deve consentire la configurazione di obiettivi di performance (KPI) per ciascuna campagna pubblicitaria e il monitoraggio automatico dei relativi indicatori. I KPI devono essere personalizzabili ed includere almeno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CPL (Costo per Lead): calcolo del costo medio per generare un contatto qualificato. • CTR (Click-Through Rate): rapporto tra clic e visualizzazioni, con analisi dell'efficacia del messaggio. • ROI (Return on Investment): rapporto tra ricavi generati e budget investito, con evidenziazione delle campagne più performanti. • CPM (Click per Impression) • CPC (Cost per click) 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di funzionalità per la definizione e il tracciamento dei KPI • Supporto a KPI personalizzati per campagna • Visualizzazione dei risultati tramite dashboard interattive 	O
RF7	Pianificazione	Reportistica avanzata	<p>Il sistema deve integrare funzionalità di reportistica avanzata che consentano l'analisi delle performance delle campagne pubblicitarie. Deve essere in grado di generare insight operativi e suggerimenti automatici per l'ottimizzazione, basati su dati aggregati e KPI configurabili.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di dashboard interattive • Capacità di generare suggerimenti per migliorare le performance • Supporto a filtri dinamici e visualizzazioni personalizzabili 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF8	Attivazione	Gestione operativa dell'attivazione e delle campagne	<p>Il sistema deve supportare l'attivazione operativa delle campagne pubblicitarie, garantendo il corretto avvio delle attività pianificate. Deve includere funzionalità per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinare le fasi di lancio delle campagne su tutti i canali previsti. • Gestire le risorse coinvolte: budget, canali • Monitorare lo stato di attivazione in tempo reale, segnalando eventuali anomalie o ritardi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di workflow operativi per l'attivazione • Tracciamento dello stato di avanzamento • Notifiche automatiche in caso di errori o ritardi 	O
RF9	Attivazione	Esecuzione dei media e gestione operativa dei canali	<p>Il sistema deve supportare l'esecuzione operativa delle campagne pubblicitarie, garantendo che i media digitali pianificati vengano attivati nei tempi e nei modi previsti. Deve includere funzionalità per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestione dell'attivazione dei canali: avvio puntuale delle campagne sui canali selezionati secondo la pianificazione. • Allocazione delle risorse: distribuzione corretta di budget, evitando errori o duplicazioni. • Alert e notifiche: segnalazione automatica di ritardi, anomalie o problemi tecnici durante la fase di attivazione della campagna 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di workflow per l'attivazione dei media • Tracciamento delle risorse allocate • Sistema di notifiche automatiche per anomalie operative 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF10	Attivazione	Automazione dei flussi di lavoro per l'attivazione	<p>Il sistema deve semplificare e automatizzare i flussi di lavoro relativi all'attivazione delle campagne pubblicitarie, includendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrazione tramite API con piattaforme pubblicitarie come: Google Ads, Meta Ads, DSP mercato italiano, Campaign Manager, Amazon, The Trade Desk, DV360 per l'attivazione automatica delle campagne secondo la pianificazione definita. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di API documentate per l'integrazione con piattaforme AdTech • Capacità di attivazione automatica delle campagne 	O
RF11	Attivazione	Personalizzazione e coerenza dei messaggi pubblicitari	<p>Il sistema deve supportare la personalizzazione dei messaggi pubblicitari in base a target, canale e obiettivi di campagna. Deve inoltre monitorare la coerenza dei messaggi erogati rispetto alla strategia definita, segnalando eventuali disallineamenti o incoerenze comunicative.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di funzionalità per la personalizzazione dinamica dei messaggi • Capacità di monitorare la coerenza tra messaggi, target e obiettivi • Notifiche o alert in caso di incoerenze rilevate 	M
RF12	Trafficking	Gestione centralizzata delle campagne	<p>Il sistema deve offrire una dashboard unificata per la gestione centralizzata delle campagne pubblicitarie, con funzionalità che includano:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio in near real time dello stato delle campagne, con indicazione dei canali attivi e della distribuzione degli annunci. • Pianificazione con possibilità di modifiche rapide e tracciate. • Gestione del calendario delle campagne, per evitare sovrapposizioni, conflitti o ritardi nell'erogazione. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di dashboard unica per la gestione delle campagne • Capacità di pianificare, inviare • Visualizzazione e gestione del calendario campagne 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF13	Trafficking	Tracciamento delle performance degli annunci	<p>Il sistema deve consentire il tracciamento dettagliato delle performance di ogni annuncio pubblicitario, garantendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raccolta di metriche chiave per ciascun annuncio, tra cui impressioni, clic, conversioni, CPL, CTR e ROI. • Visualizzazione degli insight tramite grafici, tabelle e dashboard interattive per facilitare l'analisi delle performance. • Associazione automatica dei KPI agli annunci, per semplificare il calcolo del ROI e l'analisi comparativa tra campagne. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di raccogliere e aggregare dati di performance per singolo annuncio • Presenza di dashboard visive e interattive • Associazione automatica tra annunci e KPI configurati 	O
RF14	Ottimizzazione	Ottimizzazione e continua delle campagne pubblicitarie	<p>Il sistema deve garantire un processo di ottimizzazione continua delle campagne pubblicitarie, sfruttando dati in near real time per analizzare le performance e massimizzare i risultati. Deve includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacità di raccogliere e aggiornare dinamicamente i dati di performance. • Funzionalità di analisi automatica per identificare aree di miglioramento. • Meccanismi di adattamento delle campagne in base ai risultati ottenuti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di moduli di analisi in near real time • Capacità di generare suggerimenti di ottimizzazione • Tracciabilità delle modifiche e impatti sui KPI 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF15	Ottimizzazione	Analisi delle performance in near real time	<p>Il sistema deve supportare l'analisi delle performance delle campagne pubblicitarie in near real time , attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raccolta live dei dati da tutti i canali attivi, per identificare tempestivamente eventuali criticità o opportunità di ottimizzazione. • Dashboard interattive che offrano una panoramica dettagliata delle performance per segmento di pubblico, canale e messaggio pubblicitario, con possibilità di filtrare e aggregare i dati. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di acquisire e aggiornare dati in near real time • Presenza di dashboard interattive e personalizzabili • Supporto a filtri per pubblico, canale e contenuto 	O
RF16	Ottimizzazione	A/B testing e ottimizzazione automatica delle campagne	<p>Il sistema deve supportare funzionalità di A/B testing e ottimizzazione automatica delle campagne pubblicitarie, includendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Testing simultaneo di variabili come testi, target e budget, con possibilità di confronto tra versioni. • Integrazione di algoritmi per identificare automaticamente le combinazioni più performanti e suggerimenti per poter ricalibrare le campagne attive, ottimizzando la distribuzione delle risorse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di funzionalità di A/B testing configurabile • Capacità di ottimizzazione automatica • Tracciabilità delle modifiche e dei risultati ottenuti 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF17	Ottimizzazione	Ottimizzazioni dinamiche	<p>Il sistema deve consentire l'ottimizzazione dinamica delle campagne pubblicitarie in corso, permettendo modifiche all'allocazione del budget. Tali modifiche devono essere supportate da algoritmi in grado di proporre i seguenti scenari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ridistribuire automaticamente il budget da canali a basso rendimento verso quelli con performance superiori. • Generare notifiche operative per confermare o validare le modifiche proposte. • Adattare il targeting in base ai dati di performance raccolti in near real time.. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di funzionalità di ottimizzazione dinamica • Sistema di notifiche e conferme per modifiche operative 	O
RF18	Insight	Supporto alle decisioni strategiche tramite dati statistici	<p>Il sistema deve fornire dati statistici aggregati e aggiornati sull'andamento delle campagne pubblicitarie, al fine di supportare decisioni strategiche basate sull'impatto reale delle attività di marketing. I dati devono essere accessibili tramite dashboard e report configurabili, e devono includere indicatori chiave come ROI, reach, conversioni, CPL e CTR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilità di dati statistici aggregati e storici • Presenza di dashboard e report configurabili • Capacità di correlare i dati con obiettivi strategici 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF19	Insight	Report personalizzati e analisi aggregata dei dati	<p>Il sistema deve consentire la generazione di report personalizzati e completi su metriche chiave delle campagne pubblicitarie, tra cui ROI, CPL, CTR, impressioni e conversioni. I report devono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantire l'anonimato dei soggetti, mantenendo la granularità dei dati a livello aggregato e non riconducibile a singoli individui. • Consentire il filtraggio dinamico dei dati statistici e aggregati per individuare facilmente punti di forza e criticità delle campagne. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di generare report personalizzati su KPI selezionabili • Presenza di filtri per segmentazione e confronto dei dati • Conformità alla normativa sulla protezione dei dati personali (es. GDPR) 	O
RF20	Insight	Analisi avanzata e predittiva delle performance	<p>Il sistema deve offrire funzionalità di analisi avanzata e predittiva, basate su dati statistici e aggregati, per supportare la pianificazione strategica e l'ottimizzazione delle campagne pubblicitarie. In particolare, deve:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fornire modelli predittivi in grado di stimare le performance future delle campagne : conversioni attese, ROI stimato, sulla base di dati storici e trend di mercato. • Identificare opportunità di ottimizzazione a lungo termine, evidenziando pattern ricorrenti, stagionalità e comportamenti di pubblico rilevanti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità di generare scenari previsionali e suggerimenti strategici • Visualizzazione dei trend e delle proiezioni tramite dashboard 	M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF21	Insight	Benchmarking e comparazione delle performance:	<p>Il sistema deve offrire funzionalità di benchmarking e comparazione delle performance delle campagne pubblicitarie, consentendo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Confrontare i risultati delle campagne con benchmark di settore o valori di riferimento configurabili, per valutare il posizionamento competitivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di moduli di benchmarking configurabili • Capacità di confronto tra campagne attuali e storiche • Visualizzazione delle differenze tramite dashboard o report 	M
RF22	Insight	Benchmarking e comparazione delle performance:	<p>Il sistema deve offrire funzionalità di benchmarking e comparazione delle performance delle campagne pubblicitarie, consentendo di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evidenziare le discrepanze rispetto a campagne precedenti, al fine di individuare opportunità di miglioramento e ottimizzazione. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di moduli di benchmarking configurabili • Capacità di confronto tra campagne attuali e storiche • Visualizzazione delle differenze tramite dashboard o report 	O
RF23	Finanziario	Controllo e gestione finanziaria delle spese pubblicitarie:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve offrire funzionalità specifiche per il controllo finanziario delle campagne pubblicitarie, includendo almeno le seguenti capacità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funzionalità di riconciliazione finanziaria, che consentano l'allineamento tra ordini di acquisto, fatture ricevute e spese effettivamente sostenute, con esportazione dei dati in formato compatibile con i principali sistemi ERP. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza delle funzionalità richieste, verificabili mediante dimostrazione operativa o documentazione tecnica. • Livello di configurabilità degli alert e dei budget. 	M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione	Obbligatorio/ Migliorativo
RF24	Finanziario	Monitoraggio dei pagamenti e delle fatture pubblicitarie:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve supportare la gestione strutturata e automatizzata del ciclo passivo relativo alle attività pubblicitarie, garantendo le seguenti funzionalità minime:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Automazione del processo di gestione delle fatture, includendo: <ul style="list-style-type: none"> o Associazione automatica tra fatture ricevute e ordini/booking pubblicitari registrati nel sistema; o Classificazione per canale e partner pubblicitario; o Tracciamento dello stato della fattura (ricevuta, approvata, liquidata); o Notifiche configurabili per scadenze, errori o incongruenze. • Reportistica finanziaria dettagliata, con le seguenti caratteristiche: <ul style="list-style-type: none"> o Confronto automatico tra costi pianificati e costi effettivi per campagna, canale e fornitore; o Evidenziazione automatica delle discrepanze con log degli scostamenti; o Esportazione dei report in formati standard (es. api XLSX, CSV, PDF). 	<ul style="list-style-type: none"> • Dimostrabilità delle automazioni previste per l'associazione e il tracciamento delle fatture. • Disponibilità e configurabilità delle funzioni di reportistica. • Capacità di integrazione/interoperabilità con software gestionali e sistemi di contabilità.
				M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF25	Finanziario	Monitoraggio e controllo proattivo del budget pubblicitario:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve fornire funzionalità avanzate per il controllo continuo del budget delle campagne pubblicitarie, garantendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitoraggio in near real time del budget assegnato, con visualizzazione dinamica di: <ul style="list-style-type: none"> o Budget totale disponibile e residuo per ciascuna campagna, canale o centro di costo; o Avanzamento della spesa rispetto al budget previsto; o Dettagli per periodo temporale (giornaliero, settimanale, mensile). • Gestione di soglie di spesa personalizzabili, comprensiva di: <ul style="list-style-type: none"> o Configurazione di soglie di allerta (es. 75%, 90%, 100% del budget); o Invio automatico di notifiche al superamento delle soglie; o Blocco automatico o richiesta di approvazione per spese eccedenti, se previsto dal modello operativo del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza e dimostrabilità del monitoraggio in tempo reale. • Grado di configurabilità delle soglie e delle modalità di notifica. • Disponibilità di log e tracciabilità degli eventi legati al superamento delle soglie. 	O

ID	Ambito	Titolo	Descrizione	Obbligatorio/ Migliorativo
RF26	Finanziario	Auditabilità e tracciabilità delle transazioni finanziarie:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve garantire la piena trasparenza e auditabilità attraverso le seguenti funzionalità:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tracciamento completo di tutte le interazioni interne ed esterne, garantendo l'esclusione delle transazioni finanziarie, incluse: <ul style="list-style-type: none"> o Budget assegnati e modificati; o Spese registrate e fatture associate; o Pagamenti effettuati • Archiviazione strutturata e accessibile dei dati economici, che consenta: <ul style="list-style-type: none"> o La conservazione dei dati in formato consultabile e facilmente esportabile (es. CSV, XLSX, PDF, XML); o L'accesso profilato in base ai ruoli (es. auditor interno, revisore esterno, controller); o La ricerca per periodo, fornitore, campagna, centro di costo, ID transazione. • Log di audit dettagliato, che documenti ogni modifica o azione rilevante con: <ul style="list-style-type: none"> o Utente, data e ora; o Tipologia di operazione (es. modifica budget,); o Tracciabilità completa per esigenze di verifica e conformità. 	<ul style="list-style-type: none"> • Completezza del tracciamento e delle informazioni archiviate. • Facilità di accesso e di esportazione per attività di audit. • Presenza di un log immutabile e consultabile secondo le normative vigenti (es. GDPR, standard contabili).
				M

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
RF27	E2E Integrazione	Integrazione End-to-End o modulare nel ciclo di vita delle campagne pubblicitarie:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve supportare l'integrazione dei processi lungo tutto il ciclo di vita di una campagna pubblicitaria, offrendo una copertura funzionale completa (end-to-end) o, in alternativa, la possibilità di focalizzarsi su specifiche fasi tramite componenti modulari. In particolare, il sistema deve garantire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestione integrata delle fasi di: <ul style="list-style-type: none"> o Definizione della strategia (brief, target, obiettivi, canali); o Pianificazione e buying (budget allocation, gestione fornitori, booking); o Attivazione e delivery delle campagne; o Monitoraggio, ottimizzazione e reporting; o Analisi post-campagna e archiviazione. • Possibilità di implementazione modulare, con attivazione selettiva di specifici ambiti funzionali come: media buying oppure solo ottimizzazione, mantenendo la coerenza dei dati e la tracciabilità lungo l'intero processo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Grado di copertura del ciclo di vita della campagna (totale o parziale). • Modularità dell'architettura e interoperabilità dei moduli. • Capacità di integrazione con sistemi esterni, documentata da specifiche tecniche/API disponibili o referenze operative. 	M

RF28	E2E Integrati on	Integrazione con piattaforme AdTech per la centralizzazio ne e l'ottimizzazio ne dei dati:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve offrire funzionalità di integrazione diretta o tramite connettori/API con le principali piattaforme AdTech, al fine di centralizzare i dati operativi e abilitare un'ottimizzazione strategica delle campagne pubblicitarie. In particolare, il sistema deve:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collegarsi nativamente o tramite API alle seguenti piattaforme, almeno: <ul style="list-style-type: none"> o Google Ads o Meta Ads: Facebook Ads, Instagram Ads o DSP (Demand Side Platforms) di mercato : The Trade Desk, DV360, Amazon DSP • Centralizzare e normalizzare i dati provenienti dalle piattaforme integrate, includendo: <ul style="list-style-type: none"> o Dati di pianificazione, erogazione e performance delle campagne; o Metriche chiave (impression, click, conversioni, CPA, CPM, ROAS); o Informazioni finanziarie associate (budget speso, costi per fornitore, eventuali scontistiche o fee). • Supportare l'ottimizzazione strategica attraverso dashboard unificate e strumenti di confronto cross-piattaforma, evidenziando opportunità di riallocazione budget o miglioramento delle performance. 	<ul style="list-style-type: none"> • Numero e tipo di integrazioni native disponibili con piattaforme AdTech. • Capacità di importare e normalizzare i dati in tempo quasi reale. • Disponibilità di funzionalità di visualizzazione e analisi comparativa dei dati integrati. 	O
------	------------------------	---	--	---	---

RF29	E2E Integrati on	Coordinamen to centralizzato delle campagne multicanale:	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve permettere la gestione centralizzata delle campagne pubblicitarie attive su più canali (es. digital, social,TV, stampa,DOOH, , DOOH), assicurando il coordinamento operativo e strategico delle attività, al fine di ridurre inefficienze, sovrapposizioni e disallineamenti. Il sistema deve includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pianificazione e gestione unificata delle campagne su canali diversi all'interno di un'unica interfaccia, con: <ul style="list-style-type: none"> o Calendario condiviso per la visualizzazione simultanea delle attività per canale; o Assegnazione e tracciamento dei budget per ciascun canale; o Definizione di obiettivi e KPI per canale e cross-canale. • Rilevamento di sovrapposizioni o conflitti, con: <ul style="list-style-type: none"> o Segnalazione automatica di campagne concorrenti sullo stesso target o nello stesso periodo; o Alert per disallineamenti su messaggi, obiettivi o timing. • Allineamento e confronto dei risultati tra canali, tramite: <ul style="list-style-type: none"> o Dashboard centralizzata per l'analisi delle performance multicanale; o Indicatori di efficienza cross-channel (es. copertura unica stimata, frequenza media, reach overlap). 	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilità di funzionalità di gestione e pianificazione multicanale in un'interfaccia unificata. • Capacità di rilevare automaticamente conflitti o sovrapposizioni. • Presenza di strumenti per il confronto analitico tra canali. 	M
------	------------------------	---	---	--	---

RF30	E2E Integrati on	Automazione dei processi e integrazione continua del flusso operativo	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve abilitare flussi di lavoro automatizzati e senza soluzione di continuità lungo tutte le fasi del ciclo di vita di una campagna pubblicitaria, riducendo l'intervento manuale e ottimizzando tempi ed errori operativi. In particolare, il sistema deve garantire:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integrazione end-to-end dei processi, comprendente: <ul style="list-style-type: none"> o Pianificazione strategica (budgeting, obiettivi, canali); o Esecuzione (, attivazione campagne); o Monitoraggio e ottimizzazione (raccolta dati, analisi KPI); o Chiusura e reportistica finanziaria derivante dai DSP (costi, fatture,). • Automazione delle attività ricorrenti o manuali, quali: <ul style="list-style-type: none"> o Generazione e distribuzione di task a team o fornitori; o Invio automatico di richieste approvative; o Importazione e classificazione dei dati di spesa e performance; o Avvisi e alert per anomalie o scostamenti. • Workflow configurabili e tracciabili, con: <ul style="list-style-type: none"> o Definizione di regole personalizzabili per ciascuna fase; o Log di avanzamento e responsabilità; o Visualizzazione grafica dello 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampiezza delle fasi coperte da automazione end-to-end. • Livello di configurabilità e tracciabilità dei workflow. • Riduzione stimata dei task manuali documentata da benchmark o case study. 	M
------	------------------------	--	---	---	---

ID	Ambito	Titolo	Descrizione		Obbligatorio/ Migliorativo
			stato dei flussi (es. tramite workflow builder o kanban).		

ID	Ambito	Titolo	Descrizione	Obbligatorio/ Migliorativo
RF31	E2E Integrazione	Sincronizzazione near real time dei dati e delle performance	<p>Il sistema gestore campagne paid media deve garantire la sincronizzazione automatica e in near real time dei dati rilevanti per la gestione delle campagne pubblicitarie, consentendo decisioni tempestive e basate su informazioni aggiornate. Il sistema deve includere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aggiornamento continuo e in near real time dei seguenti dati, almeno: <ul style="list-style-type: none"> o Stato di avanzamento delle campagne (attivazione, erogazione, chiusura); o KPI di performance (es. impression, click, CTR, conversioni, spesa, ROI/ROAS); o Budget residui e consumati, per canale, campagna e fornitore. • Integrazione in near real time con piattaforme esterne, tramite: <ul style="list-style-type: none"> o API push/pull documentate e disponibili; • Visualizzazione in near real time dei dati aggiornati tramite dashboard o report dinamici, con: <ul style="list-style-type: none"> o Indicatori semaforici per scostamenti critici; o Filtri per canale, periodo, target o centro di costo; o Possibilità di esportazione immediata dei dati. 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequenza di aggiornamento dei dati (es. ogni minuto, ogni 5 min, near real-time). • Tipologia e numerosità delle API disponibili per sincronizzazione real-time. • Capacità di visualizzare i dati aggiornati senza latenza percepibile (>95% dei casi sotto i 5 secondi).

3.4 Requisiti Tecnici

La soluzione dovrà garantire i seguenti requisiti tecnici:

ID	DOMINIO	DESCRIZIONE REQUISITI	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RT.1	Help Desk	<p>Il servizio dovrà prevedere l'utilizzo di uno strumento ITSM in grado di integrarsi con il sistema di ticketing del Gruppo FS, per apertura di segnalazioni (Incident), richieste di change (RFC) o richieste di servizio (Service Request).</p> <p>Il servizio di apertura ticket dovrà essere erogato H24 7x7 e consentire a FS Technology di essere autonomi nella produzione di ticket o nella verifica dello stato delle richieste e loro sollecito.</p>	O
RT.2	Multilingua base	La piattaforma dovrà essere multilingua e supportare nativamente la lingua inglese	O
RT.3	Multilingua avanzato	La piattaforma dovrà essere multilingua e dovrà supportare la lingua francese, spagnola, tedesca e greca	M
RT.4	Responsive	La Piattaforma deve essere responsive, in modo che si possa visualizzare e usufruire da ogni browser, device (cellulare, computer, tablet, etc.) e sistema operativo e browser. In particolare, da Mobile per Android a partire dalla versione 6.0 in poi - IOS da versione IOS 10 in poi.	O
RT.5	Scalabilità	La piattaforma deve essere scalabile e permettere di aggiungere maggiori risorse con l'obiettivo di supportare un numero crescente di utenti, società, documenti e dati in generale rispetto alla baseline.	O
RT.6	Compatibilità con nuove versioni	L'Operatore Economico deve assicurare, a fronte di rilasci di nuove versioni principali o secondarie della piattaforma (major/minor release), la compatibilità con tutte le configurazioni/personalizzazioni effettuate per rispondere all'esigenze dell'organizzazione, nonché la compatibilità con le integrazioni attivate con i sistemi del Gruppo FS. Inoltre, l'Operatore Economico deve descrivere, mediante documentazione opportuna, il processo e le modalità di aggiornamento dell'applicazione SaaS, indicando in maniera trasparente e chiara l'impatto di ogni operazione sulle funzionalità del servizio. L'Operatore Economico deve condividere il piano e le modalità di test end to end delle modifiche apportate.	O
RT.7	Integrazione con O365	La piattaforma deve consentire l'integrazione con la suite Microsoft Office 365	M

ID	DOMINIO	DESCRIZIONE REQUISITI	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RT.8	Estrazione completa dei dati	Deve essere sempre possibile, da parte di FS Technology, l'estrazione di una copia completa dei dati memorizzati e gestiti dal servizio (in formato standard, non proprietario e riutilizzabile), ivi compresi i dati derivati quali log e statistiche di utilizzo, nonché le configurazioni del servizio.	O
RT.9	Change Management	Adozione di procedure/strumenti di change management condivise per tenere traccia delle modifiche eseguite sulle configurazioni del sistema.	O
RT.10	Personalizzazione/ configurazione interfaccia	Il sistema gode di flessibilità sufficiente per l'adattamento dei form e la configurazione dell'interfaccia rispetto alle specifiche funzionali e di layout previste in fase di progettazione.	O
RT.11	Reportistica	Il sistema dovrà essere in grado di produrre Report predefiniti standard e custom in formato Word, Pdf, Power Point ed Excel.	O
RT.12	Supporto specialistico	È richiesto all'Operatore Economico di erogare supporto tecnico e supporto operativo agli utenti FS Technology gestori della piattaforma per tutta la durata del contratto.	O
RT.13	Lingua per il supporto	Il supporto dell'Operatore Economico deve essere in Lingua Italiana.	O

3.5 Requisiti di Sicurezza e Privacy

Data Protection

Nel dettaglio, l'Operatore Economico deve dimostrare di rispettare i seguenti requisiti:

ID	DESCRIZIONE REQUISITI	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RPRY.1	La piattaforma deve trattare esclusivamente dati statistici aggregati, senza l'elaborazione di dati personali identificabili, garantendo così la protezione delle informazioni, in linea con le normative sulla data protection e il principio di minimizzazione nel trattamento dei dati personali, assicurando che non vi siano rischi per i diritti e le libertà delle persone fisiche.	O
RPRY.2	La soluzione non dovrà raccogliere cookie e indirizzi IP e non richiama campi contenenti dati personali dalle AdTech&Media platforms	O
RPRY.3	I dati statistici fanno riferimento alle visualizzazioni dei banner (numero di impression) numero di click ai banner e visualizzazioni alle pagine dei siti delle società del gruppo (che si inseriranno sotto monitoraggio).	O
RPRY.4	Gli output attesi sono report aggregati con visualizzazioni banner, click e numero di visite alle pagine del sito, monitorate dal centro media OMD con adserver	O

Al fine di garantire una protezione adeguata dei dati, è essenziale preservarne riservatezza, integrità e disponibilità, adottando una solida postura di sicurezza attraverso l'identificazione e l'implementazione di specifici controlli di Cyber Security.

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RCY.1	Il Fornitore deve porre in essere tutti i controlli e le misure tecnologiche ed organizzative necessarie a garantire un adeguato livello di sicurezza logica a tutto il dominio dei sistemi, servizi, dati e informazioni del Cliente.	O
RCY.2	È fatto richiamo al Fornitore nell'utilizzo di un comportamento etico e riservato in tutta la filiera della gestione delle informazioni del Cliente con cui verrà in contatto e di cui dovrà salvaguardare l'integrità e la disponibilità per il proprio mandato o per autorizzazione diretta del Cliente.	O
RCY.3	I servizi erogati dal Fornitore dovranno in particolare assicurare sempre il migliore isolamento possibile dei dati e delle informazioni del Cliente	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
	anche per strumenti, sistemi o servizi condivisi e non dedicati, e garantirne la riservatezza nei confronti di accessi non autorizzati o non necessari.	
RCY.4	Disponibilità di ambienti multi-tenant e deploy multi-region al fine di poter indirizzare segregazioni logiche e fisiche, altresì SLA relativi a Business Continuity e Disaster Recovery.	M
RCY.5	Il Fornitore dovrà garantire che il modello di gestione della sicurezza, le architetture e le tecnologie impiegate per l'erogazione del servizio siano soggetti a un'evoluzione continua, in linea con gli standard di sicurezza, le normative vigenti e le best practice di settore, al fine di garantire un livello adeguato di protezione nel tempo.	O
RCY.6	Il Fornitore dovrà garantire l'adozione di un modello di sicurezza "Zero Trust" come approccio strategico alla sicurezza informatica che protegge l'organizzazione eliminando la fiducia implicita e convalidando continuamente ogni fase di un'interazione digitale.	O
RCY.7	Il fornitore dovrà garantire l'adeguato presidio della sicurezza logica attraverso la presenza di politiche e procedure di sicurezza delle informazioni dell'intera organizzazione che indirizzano la gestione delle utenze e degli accessi ai sistemi informatici in funzione del livello autorizzativo dell'utenza (es. Admin, utenti base, utenti amministratore, etc.) garantendo la revisione periodica delle utenze, password policy e adeguate misure prescrittive per amministratori di sistema e le utenze privilegiate secondo i principi di SOC 2 e CSA Star.	O
RCY.8	Il fornitore dovrà garantire l'adeguato presidio della sicurezza logica attraverso la gestione del ciclo di sviluppo sicuro del software, garantendo l'aderenza agli standard e alla normativa di settore quali OWASP e AGID e assicurando la scrittura di codice sicuro delle applicazioni nel loro specifico ambiente di sviluppo. Il Fornitore dovrà adottare un approccio 'security by design' nello sviluppo e nella gestione del proprio software, integrando misure di sicurezza fin dalle fasi iniziali del ciclo di vita applicativo, in conformità con le best practice di settore (es. OWASP, Secure SDLC).	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RCY.9	Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante meccanismi di gestione delle password per valutarne complessità, scadenza, non riutilizzabilità delle precedenti, etc.	O
RCY.10	Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante meccanismi di accesso ai sistemi che garantiscano il riconoscimento attraverso nome utente e password e/o sistemi di autenticazione multi-fattore (strong authentication).	O
RCY.11	Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante associazione univoca delle utenze alle persone fisiche, identificabili con nome e cognome e/o riconducibili univocamente ad un unico soggetto responsabile. In caso di utenze Machine-To-Machine, è necessario attribuire le credenziali ad unico soggetto utilizzatore.	O
RCY.12	Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante implementazione di controlli che permettano di definire quali operazioni possa compiere uno specifico utente nel rispetto dei principi di "Least Privilege" e "Need to Know".	O
RCY.13	Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante implementazione di controlli specifici cadenzati sulle utenze con privilegi ampi per impedire operazioni illecite.	O
RCY.14	Il fornitore dovrà garantire l'adeguata gestione delle utenze e degli accessi ai servizi e ai sistemi mediante tracciamento degli accessi degli utenti, oltre che la registrazione e memorizzazione dei log degli accessi e delle attività svolte, con particolare riferimento agli utenti con credenziali privilegiate e/o amministratori di Sistema.	O
RCY.15	I datacenter e le informazioni/servizi in Cloud devono risiedere su territorio nazionale o all'interno dell'Unione Europea.	O
RCY.16	Il fornitore dovrà garantire la possibilità a Ferrovie dello Stato di effettuare audit, ispezioni, verifiche di sicurezza e monitoraggi con	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
	proprio personale o tramite società terze, per verificare la rispondenza di quanto prescritto a quanto eseguito, garantendo il sostegno e la collaborazione adeguata e necessaria allo svolgimento delle attività di audit e verifica.	
RCY.17	Il Fornitore deve aver definito e implementato un processo di Threat Intelligence per raccogliere, analizzare ed elaborare le informazioni relative alle potenziali minacce che potrebbero impattare il servizio e/o l'organizzazione servita, usando appositi strumenti e data feed.	M
RCY.18	Il fornitore dovrà garantire, tramite la disponibilità di un CMDB (Configuration Management Database) aggiornato, la tracciabilità dei dispositivi hardware e software utilizzati per l'erogazione del servizio. Tali informazioni dovranno essere rese disponibili al Cliente su richiesta, ai fini di audit, sicurezza o gestione operativa.	M
RCY.19	Il fornitore dovrà essere dotato di procedure e sistemi in grado di garantire il backup e recovery dei dati e dei sistemi, garantendo la protezione delle copie di backup mediante opportune misure di sicurezza fisica e logica, che devono essere opportunamente cifrate. Il Fornitore dovrà così condurre dei test periodici, dandone evidenza al Cliente.	O
RCY.20	Il Fornitore dovrà garantire che le chiavi di crittografia di sua responsabilità – ad eccezione di casi specifici nei quali sarà pertinenza del Gruppo FS - siano generate in modo sicuro impedendo la diffusione delle chiavi di cifratura con soggetti non autorizzati. Su esplicita richiesta del Cliente, il Fornitore dovrà abilitare la modalità BYOK.	O
RCY.21	<p>Il Fornitore dovrà effettuare attività periodiche e schedate di security assessment (a titolo esemplificativo VA, PT, SAST, IAST, DAST) per la verifica del livello di sicurezza di infrastrutture, sistemi e codice sviluppato mediante la ricerca di vulnerabilità o debolezze che, se sfruttate potrebbero comprometterne il livello di sicurezza, individuando le possibili azioni di rimedio.</p> <p>Il Fornitore si impegna a condividere l'esito degli assessment e del relativo piano di rimedio concordando le priorità di intervento e i relativi tempi</p>	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RCY.22	Il Fornitore deve garantire la definizione e l'attuazione di un piano di distribuzione degli aggiornamenti o workaround, pianificando le azioni necessarie per l'aggiornamento dei sistemi, la mitigazione delle vulnerabilità e l'applicazione delle patch di sicurezza.	O
RCY.23	Il Fornitore dovrà garantire che i sistemi, le applicazioni, i servizi e le infrastrutture utilizzati per l'erogazione del servizio siano in grado di generare eventi e log rilevanti ai fini della sicurezza, e audit log. Tali log dovranno essere raccolti, conservati (in tempi concordati con il Cliente) e correlati mediante apposite piattaforme (es. SIEM), al fine di consentire attività di monitoraggio, analisi e rilevazione di eventuali anomalie di sicurezza.	O
RCY.24	Il Fornitore dovrà garantire un servizio di Real Time Monitoring h24x7 finalizzato alla rilevazione e analisi di attacchi informatici e minacce, e alla gestione di anomalie e incidenti di sicurezza nel perimetro di erogazione dei servizi al Cliente che dovrà comprendere: <ul style="list-style-type: none"> - personale specializzato in un centro specializzato (SOC) in grado di correlare gli eventi di sicurezza intercettati, analizzare gli alert generati dalla piattaforma di monitoraggio e correlazione, attivare le opportune procedure e processi per la gestione degli incidenti - La gestione degli incidenti di sicurezza identificati attraverso un team operativo specializzato in grado di intervenire tempestivamente per il contenimento, il contrasto e la risoluzione dell'incidente e/o attacco informatico. - La produzione degli incident report che relazionano le cause dell'incidente rilevato, gli eventuali danni provocati e le azioni di contrasto e ripristino intraprese. - La registrazione e memorizzazione degli incidenti avvenuti/individuati 	O
RCY.25	Il Fornitore dovrà comunicare nei tempi e nei modi, previsti dalle normative vigenti (es. GDPR, Direttiva NIS, ecc.) e concordati con il Cliente, ogni incidente occorso sui sistemi che gestiscono dati e informazioni del Cliente. Il Fornitore dovrà provvedere, inoltre, alla stima dei possibili impatti sulla sicurezza delle informazioni, sugli asset e sui servizi erogati al Cliente, e prevedere una RCA per ciascun caso con esito positivo o negativo.	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
	Il Fornitore deve segnalare tempestivamente al Cliente eventuali accessi non autorizzati a dati del Gruppo FS che possano causare perdite, divulgazioni o alterazioni dei dati, nel rispetto della normativa vigente.	
RCY.26	Dovranno essere altresì tempestivamente comunicate, nei tempi e nei modi concordati con il Clienti, le eventuali rilevazioni di anomalie di sicurezza sui sistemi del Fornitore, e/o di supply direttamente coinvolti nell'erogazione dei servizi al Gruppo FS.	O
RCY.27	Il fornitore dovrà proteggere adeguatamente i Log raccolti mediante sistemi e tecniche che ne garantiscono l'inalterabilità, la non cancellabilità e la conservazione per tutto il tempo ritenuto congruo e comunque non inferiore a quanto indicato dalle normative vigenti.	O
RCY.28	Il Fornitore dovrà implementare misure adeguate a protezione dei sistemi, dei servizi, delle applicazioni anche se solo indirettamente coinvolti o impiegati per l'erogazione dei servizi al Cliente (es. sistemi di virtualizzazione, sistemi di trouble ticketing etc...), ivi inclusi per i modelli cloud i contesti di pertinenza del Fornitore e i sistemi, software, architetture e servizi condivisi o multi-istanza.	O
RCY.29	Il Fornitore dovrà assicurare la Business Continuity e Disaster Recovery in caso di interruzioni e/o malfunzionamenti, sulla base degli RTO/RPO condivisi dal Cliente e basati sugli SLA richiesti, e attraverso: <ul style="list-style-type: none"> - Un piano di disaster recovery, che stabilisce le misure tecniche e organizzative per garantire il funzionamento dei centri di elaborazione dati (CED) e delle procedure informatiche rilevanti in siti alternativi a quelli di produzione. - Un piano di continuità operativa (business continuity), che fissa gli obiettivi e i principi da perseguire, descrive le procedure per la gestione della continuità operativa, anche affidate a soggetti esterni. - L'implementazione di un modello e di tecnologie di High Availability che permettano, tramite l'adozione di strumenti tecnologici ridondati, di avere un sistema altamente disponibile ai propri utenti. 	O
RCY.30	Il Fornitore dovrà garantire la protezione dei dati, mediante cifratura, mascheramento, segregazione: esistenza di tecniche di cifratura dei dati memorizzati (es. dati memorizzati nei database o nelle memorie di massa).	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RCY.31	Il Fornitore dovrà garantire la cancellazione e dismissione sicura dei dispositivi HW/SW utilizzati nell'ambito dell'erogazione dei servizi al Cliente, incluse le Postazioni di Lavoro del personale coinvolto del Fornitore.	O
RCY.32	<p>Il Fornitore si impegna a garantire il rispetto di tutti gli standard normativi e le prescrizioni operative previsti dalla Direttiva NIS 2, adeguando la fornitura per tutta la durata del contratto. Altresì, nel rispetto delle leggi, norme e direttive vigenti, tra cui il Regolamento UE 2016/679 General Data Protection Regulation (GDPR) e relativi decreti e regolamenti attuativi, i principi guida nella definizione e nell'attuazione del modello di sicurezza prendono a riferimento i principali standard e best practice internazionali, tra i quali si citano a titolo esemplificativo e non esaustivo i seguenti e successive revisioni::</p> <ul style="list-style-type: none"> • COBIT5; • NIST Cybersecurity Framework for Critical Infrastructure, SP 800-145, SP 800-144, SP 500-299; • ENISA Security and Resilience in Governmental Clouds; • Cloud Control Matrix; • EU NIS Directive 2016/1148 (D.lgs. n.65/2018); • GDPR General Data Protection Regulation – Regolamento UE 2016/679 e normativa in materia di protezione dei dati personali; • DLgs 105/2019 convertito con la Legge n.133 del 18/11/2019 	O
RCY.33	<p>Il Fornitore del servizio cloud deve dimostrare il possesso di seguenti certificazioni di sicurezza e conformità riconosciute, garantendo il rispetto degli standard di settore per la protezione dei dati e la gestione della sicurezza.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ISO 27001 • CSA STAR Level 1 (Autocertificazione) 	O
RCY.34	<p>Il Fornitore del servizio cloud deve dimostrare il possesso di seguenti certificazioni opzionali di sicurezza e conformità riconosciute, garantendo il rispetto degli standard di settore per la protezione dei dati e la gestione della sicurezza:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ACN (Ex-AGID) • CSA STAR Level 2 (Third-Party Audit) • ISO 22301 • SOC 2 • SOC 3 	M

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
RCY.35	Il Fornitore dovrà garantire l'adozione di misure di sicurezza atti a garantire l'adeguata sicurezza delle infrastrutture secondo gli SLA previsti in termini di availability, restore, business continuity e disaster recovery.	O
RCY.36	Il Fornitore si impegna a garantire il corretto e tempestivo adeguamento tecnologico all'ultima release hardware/software disponibile per tutti i sistemi e servizi ICT che concorrono anche indirettamente nell'erogazione del servizio al Cliente, assicurando la tempestiva applicazione delle patch di sicurezza. In mancanza delle stesse, il Fornitore dovrà provvedere a seguire le indicazioni di mitigation fornite dai rispettivi produttori.	O
RCY.37	Il Fornitore deve garantire la costante distribuzione del software e degli aggiornamenti di sicurezza sui sistemi/piattaforme che mitighino le vulnerabilità che insistono sulle tecnologie a supporto dei sistemi che erogano il servizio.	O
RCY.38	Il Fornitore deve garantire che tutte le attività di sviluppo siano svolte in un ambiente diverso da quello di Esercizio.	O
RCY.39	Il Fornitore deve inoltre prevedere apposite procedure di roll back al fine di ripristinare lo stato iniziale di qualsiasi sistema o servizio, qualora dovessero presentarsi problemi imprevisti e irrisolvibili durante la procedura di aggiornamento per effetto di un cambiamento.	O
RCY.40	Il Fornitore dovrà poter garantire che le connessioni da e verso il sistema, supportino i seguenti standard: VPN IPSec, TLS 1.2 o superiore, mTLS, API autenticate; autenticazione forte (mutual authentication con certificati) e utilizzo di API gateway. L'interconnessione deve seguire il principio minima di esposizione, garantendo conformità agli standard di sicurezza.	O
RCY.41	Il Fornitore dovrà garantire, in caso di presenza e utilizzo di sistemi di Intelligenza Artificiale, la compliance con la normativa AI Act e gli standard di settore, in particolare: <ul style="list-style-type: none"> ISO/IEC 22989 – Information technology — Artificial intelligence — Concepts and terminology Definisce i termini, i concetti fondamentali e la terminologia comune per l'IA. 	O

ID	Requisiti di Sicurezza e Cyber	Tipologia Requisito (O: Obbligatorio M: Migliorativo)
	<ul style="list-style-type: none"> ISO/IEC 23053 – Framework for AI systems using machine learning Fornisce un quadro di riferimento per i sistemi di IA basati sul machine learning. 	
RCY.42	<p>Il Fornitore dovrà garantire la compliance ai seguenti standard di settore:</p> <ul style="list-style-type: none"> ISO/IEC 23894 – AI concepts and terminology for trustworthiness Si concentra sui termini relativi all'affidabilità e alla fiducia nei sistemi di IA. ISO/IEC TR 24028 – Overview of trustworthiness in artificial intelligence Fornisce linee guida e principi per garantire che i sistemi IA siano affidabili e trasparenti. ISO/IEC 24029-1 – Assessment of robustness of neural networks Standard per valutare la robustezza delle reti neurali. ISO/IEC TR 20547 (serie) – Big data Anche se più focalizzato su big data, riguarda aspetti importanti per l'IA in termini di gestione dati e qualità. 	M

3.6 Orario di Esercizio richiesto, Indisponibilità e Manutenzione

TD (Tempo di Disponibilità dell'Applicazione) LUN-DOM 0:00-24:00

*Finestra temporale giornaliera di **disponibilità dell'Applicazione**, definita come periodo di tempo, durante il quale l'Applicazione (intesa come la globalità delle sue componenti/sottosistemi) è attiva, funzionante ed effettivamente utilizzabile per lo svolgimento di tutte le funzioni di business (sia online sia batch).*

TO (Tempo di Disponibilità per le attività On-Line) LUN-VEN 08:00-18:00

*Finestra temporale giornaliera di **disponibilità per l'utente**, denominata anche di disponibilità online, durante la quale l'Applicazione è disponibile al personale abilitato ad operare alla postazione utente.*

Il Servizio di Manutenzione Correttiva e di Garanzia dovrà operare nella fascia oraria 00:00 – 24:00, 365 giorni l'anno, al fine di rispettare i Livelli di Servizio Attesi. Il Fornitore dovrà autonomamente organizzare le proprie attività in modo da garantire quanto specificato;

Manutenzione non Programmabile (IMNP):

- a) Per motivi di urgenza legati ad un intervento originato dal processo di Incident Management, che quindi mira al ripristino nel più breve tempo possibile del corretto funzionamento del servizio, che comporta la correzione del codice sorgente o delle regole “interne” alla soluzione applicativa, anche attraverso soluzioni temporanee (workaround) senza richiedere la revisione dei requisiti.
- b) Per motivi legati alla soluzione di problematiche di sicurezza (anche senza Incident in corso).
- c) Si richiede una preventiva comunicazione al Service Operation Manager (IM) e/o al Responsabile di riferimento del Cliente.
- d) Tali interventi rientrano negli Interventi di Manutenzione Programmata (FP o IMP) Straordinaria di non oltre 2h solari consecutive, e che vengono comunque tracciate (a consuntivo).

Manutenzione Ordinaria Periodica - Fermi Programmati (con Fermo del sistema) (FP o IMP):

Finestra disponibile (diversa a seconda delle applicazioni e che verrà esplicitata all'interno dello specifico piano di esercizio dell'applicazione in questione) tutti i giorni dalle 22.00 alle 24.00. Sono Interventi che mirano a risolvere in modo permanente classi di incidenti, che comportano la modifica del codice sorgente o delle regole “interne” alla soluzione applicativa, senza richiedere una revisione dei requisiti di business della soluzione interessata.

Si richiede una preventiva comunicazione al Service Operation Manager e/o al Responsabile di riferimento del Cliente.

In caso di superamento della finestra temporale disponibile, il tempo in eccesso verrà considerato come Fermo Accidentale (FA) ai fini dei Livelli di Servizio.

Manutenzione Ordinaria Periodica – Fermi Programmati (senza fermo del Sistema) (FP o IMP):

Finestra disponibile dal lunedì al giovedì dalle ore 12.00 alla ore 14.00 salvo diversa indicazione dello Service Transition Manager e/o Responsabile del Cliente. Intervento che mira a risolvere in modo permanente classi di incidenti, che comporta la modifica del codice sorgente o delle regole “interne” alla soluzione applicativa senza richiedere una revisione dei requisiti di business della soluzione interessata.

Si richiede una preventiva comunicazione al Service Transition Manager e/o al Responsabile riferimento del Cliente. Qualunque altro fermo, verrà considerato come Fermo Accidentale (FA). Le finestre dovranno essere aggiornate nel corso del normale ciclo di vita dell'applicazione la cui complessità è destinata a crescere.

4 Matrice servizi – modalità di esecuzione

Al fine di descrivere le modalità di esecuzione della fornitura, di seguito viene esposta la matrice di corrispondenza tra i servizi e le modalità di esecuzione.

Servizi	Modalità di Esecuzione
Manutenzione Evolutiva/Migliorativa	Progettuale
Servizi Professionali ad hoc	Progettuale
Manutenzione Correttiva e Adeguativa	Continuativa
Servizio di presidio a supporto dell'erogazione delle attività	Continuativa
Gestione dei processi trasversali	Continuativa
Tutti i servizi	Progettuale
Tutti i servizi	Continuativa

5 Competenze e Responsabilità

La seguente matrice RACI rappresenta la ripartizione preliminare delle responsabilità in relazione al servizio SaaS oggetto della presente consultazione.

Attività / Ambito	Fornitore (SaaS Provider)	Cliente (FS)	Note
Sicurezza dell'infrastruttura cloud	R / A	I	Il fornitore è responsabile della protezione dell'ambiente sottostante.
Sicurezza dell'applicazione SaaS	R / A	I	Include sviluppo sicuro, patching, hardening della piattaforma.
Gestione degli accessi e privilegi lato piattaforma	R/A	C	Il fornitore definisce e gestisce gli accessi lato servizio.
Gestione delle utenze e credenziali degli utenti FS	I	R / A	Il cliente gestisce identità, onboarding e rotazione password.
Logging e tracciamento degli accessi	R / A	C	I log sono generati e mantenuti dal fornitore. FS può consultarli.
Backup e ripristino della piattaforma (componenti tecniche, configurazioni)	R / A	I	Gestito integralmente dal Fornitore secondo quanto previsto dagli SLA.
Backup e ripristino dei dati applicativi/di business	C	R / A	Strategie di backup, retention e ripristino sono di responsabilità del Cliente, salvo diverso accordo.
Configurazione delle policy di sicurezza di default	R / A	C	Il fornitore imposta le policy baseline.
Personalizzazione delle policy lato utente (es. MFA)	C	R / A	Il cliente può definire policy applicabili ai propri utenti.
Gestione degli incidenti di sicurezza	R / A	R / C	Il fornitore gestisce, FS riceve notifica e partecipa se necessario.
Notifica e gestione dei data breach (ex NIS2, GDPR)	R	A / R	Entrambe le parti possono avere obblighi di notifica; cooperazione.
Aggiornamenti e rilascio nuove versioni	R / A	C	Il fornitore è responsabile della roadmap e delivery.
Documentazione delle misure di sicurezza adottate	R / A	C / I	FS può richiedere la "Baseline di Sicurezza"; il fornitore la fornisce.
Adeguamento alle evoluzioni normative (es. NIS2)	R / A	C	Il fornitore si impegna a mantenere conformità normativa.
Sicurezza dei dati e ciclo di vita delle informazioni e dei dati	R	A / C	Le responsabilità in carico al Fornitore in termini di sicurezza dei dati e di ciclo di vita delle informazioni del Cliente si applica a tutti i dati gestiti dal Fornitore e da eventuali soggetti terzi coinvolti nella gestione degli stessi

Attività / Ambito	Fornitore (SaaS Provider)	Cliente (FS)	Note
Gestione e rotazione delle chiavi crittografiche	R / A	I (o A se CMK)	Le modalità di gestione delle chiavi dovranno essere concordate con il Cliente e prendere a riferimento le best practice di settore

Legenda RACI:

- **R = Responsible** → Esegue l'attività.
- **A = Accountable** → Ha la responsabilità finale e approva i risultati.
- **C = Consulted** → Deve essere consultato prima dell'esecuzione.
- **I = Informed** → Deve essere informato.