



Automobile Club d'Italia

**DIREZIONE CENTRALE
SEGRETERIA ORGANI COLLEGIALI
E PIANIFICAZIONE**

Ufficio Segreteria Organi Collegiali

ALLA DIREZIONE CENTRALE
PRESIDENZA E SEGRETERIA
GENERALE

ALLA DIREZIONE CENTRALE
SISTEMI INFORMATIVI E
INNOVAZIONE

ALLA DIREZIONE CENTRALE
ANALISI STRATEGICA PER LE
POLITICHE DEL GRUPPO

AL SERVIZIO PER LA
GOVERNANCE DELLE
SOCIETA' CONTROLLATE ACI

ALL'UFFICIO
AMMINISTRAZIONE E
BILANCIO

Per il seguito di competenza, si comunica che il Consiglio Generale dell'Ente nella riunione del 24 gennaio 2024, ha adottato la seguente deliberazione:

IL CONSIGLIO GENERALE: "Visto il decreto legislativo 19 agosto 2016, n.175, testo unico in materia di Società a partecipazione pubblica; visto il vigente Regolamento di governance delle Società partecipate dall'Ente, adottato ai sensi dell'articolo 10, comma 1 bis, del decreto legge 25 luglio 2018, n.91, convertito con modificazioni dalla legge 21 settembre 2018, n. 108, con il quale è stata riconosciuta all'ACI e agli Automobile Club federati, in quanto Enti pubblici a base associativa non gravanti sulla finanza pubblica, la facoltà di adeguarsi con propri regolamenti ai principi generali desumibili dal citato decreto legislativo n.175/2016 sulla base delle rispettive specificità e secondo criteri di razionalizzazione e contenimento della spesa; vista la deliberazione adottata nella seduta del 29 ottobre 2014, con la quale è stata autorizzata la stipula di una Convenzione di durata novennale, con decorrenza dal 1° gennaio 2015 e scadenza al 31 dicembre 2023, con la Società *in house* ACI Informatica Spa, partecipata dall'Ente nella misura del 100% del capitale sociale, volta a



Automobile Club d'Italia

disciplinare l'affidamento e l'esecuzione dei servizi di progettazione, realizzazione e conduzione dei sistemi informativi centrali e periferici dell'Ente e dei servizi MEV (*major release*) e di sviluppo di nuove funzioni/applicazioni, nonché dei servizi di *marketing*, di comunicazione e di supporto alla rete distributiva dell'ACI; tenuto conto che con deliberazione del 13 dicembre 2023 è stata autorizzata la proroga della Convenzione in parola fino al 31 dicembre 2024 nelle more della definizione di un nuovo accordo quadro con la Società; vista la nota della Direzione Presidenza e Segreteria Generale del 22 gennaio 2024, e relativi allegati, con la quale viene sottoposta al Consiglio Generale la proposta di affidamento alla stessa ACI Informatica, in prosecuzione delle analoghe iniziative positivamente sviluppate negli anni precedenti, dell'incarico riferito alla realizzazione della Campagna di comunicazione strategica per l'anno 2024, al fine di dare continuità alle attività di promozione dell'immagine dell'Ente presso la collettività e gli interlocutori istituzionali e di accrescere ulteriormente il ruolo, la positiva reputazione e la visibilità dell'ACI e delle sue attività; viste le "Linee guida" e le relative "Aree di intervento" della Campagna di comunicazione, predisposte sulla base degli indirizzi forniti dalla Presidenza e preso atto degli obiettivi strategici ed operativi ivi previsti; tenuto conto che la Campagna presenta un ampio ventaglio di iniziative finalizzate nel complesso a rafforzare il posizionamento dell'Ente quale interlocutore istituzionale di riferimento negli ambiti statutariamente presidiati della mobilità, della sicurezza stradale e dello sport automobilistico, anche mediante il coinvolgimento degli Automobile Club federati, il potenziamento del ricorso ai *social media* e ad altre tecniche innovative di comunicazione, il consolidamento del dialogo con gli utenti della strada e con i più giovani in particolare; considerato che, in linea con le precedenti annualità, sono in programma specifiche iniziative comunicazionali in occasione di eventi sportivi e del mondo dell'auto in cui l'Ente sarà protagonista, quali i Gran Premi di Formula 1 di Monza e di Imola, il nuovo Salone dell'Auto a Torino, la *Targa Florio* e l'iniziativa *Auto e Moto d'Epoca* in programma a Bologna; preso atto che, ai fini della realizzazione della Campagna 2024, si rende necessario il mantenimento da parte di ACI Informatica dei servizi specialistici riferiti al *supporto direzionale*, al *presidio social media*, alla sponsorizzazione dei contenuti ACI presenti sui *social media* e ad abbonamenti a *software* per l'ottimale gestione degli stessi; tenuto conto che il complesso delle iniziative programmate risulta coerente con gli indirizzi strategici della Federazione per il triennio 2023-2025, nonché funzionale al conseguimento degli obiettivi specifici e degli indicatori di valore pubblico programmati nel PIAO di Federazione per il triennio 2024-2026; preso atto dei vincoli normativamente previsti per le pubbliche amministrazioni relativamente all'acquisto di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione, con particolare riguardo alle percentuali minime di spesa annua a beneficio dell'emittenza privata televisiva e radiofonica locale operante nei territori dei paesi membri UE e dei giornali quotidiani e periodici; considerato che, con delibera ANAC n.632 del 3 luglio 2019, l'Ente è stato a suo tempo iscritto nell'elenco di cui all'articolo 192, comma 1, del decreto legislativo n.50/2016 con riferimento agli affidamenti disposti in modalità *in house* nei confronti di ACI Informatica; preso atto che i costi riferiti alle attività ed ai servizi strumentali per la realizzazione, da parte della Società, della Campagna di comunicazione strategica 2024 sono quantificati nell'importo complessivo massimo di € 1.152.506, oltre IVA ove dovuta, che comprende investimenti nella misura di: - € 65.000 al netto d'IVA per le attività di supporto direzionale, - € 113.124 al netto



Automobile Club d'Italia

d'IVA per il servizio di presidio dei *social media*; - €. 24.000 al netto d'IVA per il servizio di sponsorizzazione dei contenuti ACI sulle piattaforme *Facebook*, *Instagram* e *Linkedin*; - €. 650 al netto d'IVA per abbonamenti *software* per realizzazioni grafiche ed aggiornamento giornaliero sui *trend social*; - €. 30.000 al netto d'IVA per servizi di supporto agli AC federati; visto, al riguardo, il documento di *fairness opinion* predisposto da un *Advisor* esterno individuato mediante procedura aperta ai sensi del citato decreto legislativo n.50/2016, documento che rimane allegato agli atti della seduta; preso atto della metodologia in tale contesto seguita; tenuto conto che l'*Advisor*, nell'ambito della valutazione della congruità dell'offerta predisposta dalla Società ai sensi dall'art. 3 della vigente Convenzione, ha proceduto alla determinazione dei *driver* di costo da assumere quale riferimento per le diverse tipologie di servizio oggetto di affidamento ai fini del successivo confronto con le tariffe applicate per tipologie di servizi analoghi da un *panel* di operatori comparabili, quali Consip Spa e altre centrali di committenza, o sulla base degli *standard* di mercato o, laddove assenti, mediante un processo di normalizzazione con applicazione di coefficienti correttivi identificati sulla base di dati estratti da *database*, e di informazioni di proprietà dell'*Advisor* stesso, valutando il posizionamento dei costi dei servizi rispetto all'intervallo di variabilità delle tariffe di mercato rilevate; considerato che i costi esterni, di personale e di struttura sono stati attribuiti *pro quota* ai servizi professionali specialistici di comunicazione, proporzionalmente all'incidenza degli stessi servizi sul complesso delle attività che la Società sarà chiamata a rendere all'Ente nella corrente annualità; considerato in particolare che i costi esterni, che rappresentano il 59% del costo totale della Campagna e che si riferiscono a servizi *standard* i cui fornitori vengono individuati dalla Società mediante procedure ad evidenza pubblica, debbono considerarsi di per sé congrui in quanto oggetto di preventivo confronto con il mercato; tenuto conto, per quanto attiene ai rimanenti oneri, che la relativa congruità è stata verificata dall'*Advisor* utilizzando il costo per *Full Time Equivalent* come *driver* di costo unitario idoneo per il confronto con i costi giornalieri di figure di mercato che svolgono attività analoghe; preso atto che, alla stregua di detti criteri, le valutazioni effettuate hanno consentito all'*Advisor* di riscontrare che le condizioni economiche previste per il servizio di comunicazione ricadono all'interno del *range* di mercato; considerato che: - ACI Informatica ha per oggetto esclusivo l'autoproduzione di beni e servizi strumentali strettamente necessari al perseguimento delle finalità istituzionali dell'ACI; - la Società opera in armonia con gli obiettivi e secondo i piani di sviluppo indicati dall'Ente nel rispetto delle regole di *governance*, uniformando la propria organizzazione a criteri di efficienza, efficacia, economicità e trasparenza; - nell'ambito del rapporto convenzionale in essere, l'ACI esercita, in linea con la normativa vigente a livello nazionale e comunitario, un pregnante controllo sulla Società e sui servizi alla stessa affidati, giovandosi altresì di una spiccata flessibilità gestionale nell'attività di produzione di servizi coerenti con gli indirizzi strategici dell'Ente; - i servizi richiesti alla Società, per le caratteristiche degli ambiti operativi, tra i quali la gestione e lo sviluppo della rete territoriale dell'ACI, l'ambito associativo, la tenuta del Pubblico Registro Automobilistico e la riscossione delle tasse automobilistiche, nonché i servizi di comunicazione, continuano ad essere connotati da una forte specializzazione e una profonda conoscenza dei settori di riferimento; tenuto conto che le attività strumentali rese dalla Società consentono all'Ente di erogare all'utenza servizi qualitativamente elevati, secondo requisiti di



Automobile Club d'Italia

celerità, universalità e socialità; ravvisata, alla luce di quanto sopra, la sussistenza dei requisiti previsti per l'affidamento alla Società in modalità *in house* dell'incarico di realizzare la sopra richiamata Campagna di comunicazione anche per l'anno 2024, ai sensi dell'art.4 del decreto legislativo n.175/2016, dell'art.7 del decreto legislativo n. 36/2023 e della Convenzione in essere; ritenuto, per le suindicate motivazioni, di dare corso all'affidamento in parola, configurandosi lo stesso quale soluzione idonea a garantire la qualità e l'efficienza delle prestazioni e l'ottimale impiego delle risorse, anche in termini di riutilizzo e valorizzazione del patrimonio specifico di conoscenze, competenze e professionalità maturate nel corso degli anni da ACI Informatica, e quindi atta a garantire il perseguimento delle finalità istituzionali dell'Ente e a supportare al meglio gli obiettivi ed i programmi di sviluppo definiti; rilevata l'opportunità di conferire apposito mandato al Presidente per l'individuazione delle specifiche iniziative attuative degli ambiti di intervento individuati da porre in essere anche in base all'evoluzione del contesto esterno; all'unanimità: **approva** le "Linee guida per la Campagna di comunicazione strategica ACI - anno 2024" e le relative "Aree di Intervento", in conformità al documento che viene allegato al verbale della seduta sotto la lett. E) e che costituisce parte integrante della presente deliberazione; **autorizza**, ai sensi della vigente Convenzione, l'affidamento alla Società *in house* ACI Informatica Spa dell'incarico di realizzare la Campagna di comunicazione strategica dell'Ente per l'anno in corso secondo le modalità attuative che saranno definite dalla Presidenza, con prosecuzione senza soluzione di continuità dei servizi riferiti al supporto direzionale, al presidio *social media*, alla sponsorizzazione dei contenuti ACI presenti sui *social media* e ad abbonamenti a *software* utili all'ottimale gestione dei *social media* stessi; **autorizza** altresì il riconoscimento alla stessa ACI Informatica dell'importo massimo di €.1.152.506, oltre IVA ove dovuta, a titolo di rimborso dei costi che la stessa sarà chiamata a sostenere per la realizzazione della predetta Campagna di comunicazione 2024, ferma restando la ripartizione delle spese relative all'acquisto di spazi pubblicitari, ad eccezione di quelle connesse alla comunicazione di prodotto, tra i diversi mezzi di comunicazione di massa, in conformità ai vincoli percentuali di cui al sopracitato articolo 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177; **conferisce mandato al Presidente**, con facoltà di delega, per: a) la formalizzazione ad ACI Informatica dell'affidamento in parola; b) l'individuazione, nell'ambito delle "Aree di Intervento" e nel rispetto delle "Linee Guida" di cui sopra, delle iniziative che si renderanno opportune in base all'evoluzione del contesto esterno, con quantificazione dei relativi importi massimi di spesa, fermo restando l'importo complessivo dell'affidamento come sopra autorizzato; - c) il conferimento alla medesima Società degli incarichi relativi alla realizzazione delle iniziative attuative di comunicazione che saranno individuate in corso d'anno. La spesa complessiva di €.1.152.506, oltre IVA ove dovuta, trova copertura sul conto n.410719002 "Attività promozionale ed iniziative di comunicazione", del budget di gestione assegnato per l'esercizio 2024 alla Direzione Presidenza e Segreteria Generale. In conformità alla vigente Convenzione, le attività ed i servizi erogati da ACI Informatica ai fini della realizzazione della Campagna costituiranno oggetto di rendicontazione; con particolare riguardo ai *social media*, la Società assumerà tutti gli oneri di gestione, giuridici, amministrativi ed editoriali, confrontandosi ove necessario con la competente Direzione dell'ACI. La stessa Direzione Presidenza e Segreteria



Automobile Club d'Italia

Generale è incaricata di curare gli adempimenti connessi e conseguenti alla presente deliberazione.”.

Con i migliori saluti.

IL DIRIGENTE

Allegato: n.1