



Automobile Club d'Italia

Automobile Club d'Italia
Protocollo Uscita
DSPC/0002128/19
Data 19/12/2019
Cod. Registro: DSPC

DIREZIONE SEGRETERIA ORGANI COLLEGIALI,
PIANIFICAZIONE E COORDINAMENTO

Ufficio Segreteria Organi Collegiali

ALLA DIREZIONE CENTRALE
PRESIDENZA E SEGRETERIA
GENERALE CON DELEGA AI SERVIZI
DELEGATI

ALLA DIREZIONE CENTRALE
ANALISI STRATEGICA PER LE
POLITICHE DEL GRUPPO

AL SERVIZIO PER LA GOVERNANCE
ED IL CONTROLLO DI GESTIONE

ALL'UFFICIO AMMINISTRAZIONE
E BILANCIO

S E D E

Per il seguito di competenza, si comunica che il Consiglio Generale dell'Ente, nella riunione dell'11 dicembre 2019, ha adottato la seguente deliberazione:

IL CONSIGLIO GENERALE. "Vista la deliberazione adottata nella seduta del 29 ottobre 2014, con la quale è stata autorizzata la stipula della Convenzione di durata novennale, con decorrenza dal 1° gennaio 2015 e scadenza al 31 dicembre 2023, tra l'ACI e la Società ACI Informatica SpA, Società *in house* partecipata dall'Ente nella misura del 100%, volta a 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 ACI; preso atto che, per quanto concerne gli aspetti economici, la citata Convenzione prevede che ACI Informatica sottoponga all'approvazione dell'Ente, all'inizio di ciascun esercizio, un budget economico-previsionale, strutturato per Centri di Responsabilità dell'ACI e suddiviso per attività e progetti da svolgere nell'annualità di riferimento, con indicazione dei relativi costi; vista la deliberazione adottata nella riunione del 19 dicembre 2018, così come modificata ed integrata con successive deliberazioni dell'8 aprile e del 24 luglio 2019, con la quale sono state approvate le linee guida per la "Campagna di comunicazione strategica dell'ACI per l'anno 2019", finalizzata a promuovere l'immagine dell'Ente presso la collettività e gli interlocutori istituzionali, ed è stato autorizzato l'affidamento alla predetta Società *in house* dell'incarico di realizzare, per il medesimo anno, la Campagna di comunicazione stessa; preso atto, in particolare, che le attività e iniziative di comunicazione realizzate, sulla base degli incarichi di volta in



volta conferiti dalla Presidenza, sono stati finora positivamente rendicontati da ACI Informatica attraverso gli "stati di avanzamento attività" (SDA) mensili; vista la nota della Direzione Presidenza e Segreteria Generale con delega ai Servizi Delegati del 3 dicembre 2019, con la quale viene proposto l'affidamento alla Società ACI Informatica dell'incarico di realizzare la Campagna di comunicazione strategica dell'ACI per l'anno 2020, al fine di proseguire le attività attualmente in essere e di accrescere l'autorevolezza, la positiva reputazione e la visibilità dell'Ente e delle iniziative dallo stesso promosse; viste, in particolare, le "Linee guida" e le "Aree di intervento" della predetta Campagna 2020, predisposte sulla base degli indirizzi forniti dalla Presidenza ed in conformità alle indicazioni metodologiche definite dal Dipartimento della Funzione Pubblica; preso atto dei positivi risultati raggiunti con le pregresse Campagne di comunicazione strategica, avviate a partire dal 2016, che hanno consentito di riaffermare l'ACI quale *main player* pubblico del settore *automotive*, rilanciandone la *mission* associativa, con particolare riguardo alla presenza dell'Ente in veste, rispettivamente, di *partner* istituzionale e di organizzatore, a due eventi di larghissima diffusione mediatica tenutesi nell'anno 2019, quali il Giro d'Italia di ciclismo ed il 90° anniversario congiunto del Gran Premio d'Italia di F1 presso l'Autodromo di Monza e della nascita della Scuderia Ferrari; considerato che le citate linee guida per la Campagna 2020 sono sostanzialmente confermate rispetto agli indirizzi adottati negli anni precedenti, con mantenimento di una visione *corporate* globale della Campagna stessa, che continuerà ad integrare le azioni di comunicazione svolte dalle varie articolazioni dell'Ente e dalle Società controllate, al fine di aumentarne l'efficacia, l'ottimizzazione dei costi e la valorizzazione del marchio ACI, e con ulteriore sviluppo delle azioni di comunicazione sul ruolo istituzionale e sull'utilità sociale dell'Ente, con particolare riferimento al tema della sicurezza stradale; considerato che viene altresì proposta la conferma del perimetro delle azioni di comunicazione, con presidio dei diversi canali mediatici *on line* ed *off line*, al fine da coprire la cd. *user journey* dei cittadini; tenuto conto che le iniziative e le azioni di comunicazione saranno calibrate in relazione alla posizione istituzionale dell'Ente quale pubblica amministrazione nazionale e quale Federazione sportiva nazionale per lo sport automobilistico rappresentativa degli interessi del motorismo sportivo in ambito tecnico infrastrutturale, storico culturale ed amatoriale, nonché quale soggetto di rilievo internazionale nel settore dello stesso sport motoristico; preso atto, relativamente alle Aree di intervento, che le stesse si articolano nei seguenti ambiti: - prosecuzione dell'utilizzo dei servizi di *temporary management* e degli altri servizi professionali ad elevata specializzazione e peculiarità, nonché presidio dei *social media*; - rilancio della campagna mediatica *corporate* istituzionale, finalizzata alla diffusione della "visione" e dei valori dell'ACI; - implementazione di una Campagna di comunicazione sociale, in continuità con le precedenti azioni di comunicazione, dedicata alle tematiche della sicurezza stradale e dei corretti comportamenti alla guida, con un riguardo particolare per le categorie vulnerabili; - promozione di iniziative comunicazionali riferite alle nuove forme di mobilità, ivi compresa la guida automatica ed autonoma; - realizzazione di iniziative specifiche e mirate in tema di mobilità, con particolare attenzione agli aspetti ambientali, individuando come destinatari sia le amministrazioni pubbliche nazionali e locali che la platea degli automobilisti in generale; - promozione di grandi eventi sportivi con particolare riferimento alle



manifestazioni di maggior rilievo internazionale che l'Ente organizza o alle quali partecipa attivamente, quali il "Gran Premio d'Italia di Formula 1", la "Targa Florio", il nuovo "MiMo – *Milano Monza Open Air Motor Show*" e l'"AME - Salone Auto e Moto d'Epoca" di Padova; - partecipazione ad eventi promozionali dell'immagine dell'Ente, con particolare riferimento al "Meeting per l'amicizia tra i popoli" di Rimini, al "Premio Ischia Internazionale di Giornalismo", all'"RCS Academy"- *Business School* del Gruppo RCS; - ricerca sul posizionamento di mercato dell'ACI, in continuità con quanto effettuato a partire dall'anno 2016, con particolare riferimento alla realizzazione di azioni di ascolto e verifica circa la percezione dell'Ente da parte degli italiani; tenuto conto che le sopra indicate iniziative non esauriscono le esigenze di comunicazione che si potranno manifestare nel corso del prossimo anno, in considerazione del fatto che si fa sempre più pressante la necessità di interpretare con immediatezza ed adattabilità le sollecitazioni provenienti dall'ambiente esterno, per fornire le "risposte" che, di volta in volta, risultino più adeguate in termini comunicazionali; tenuto conto che l'evoluzione normativa nei settori di interesse dell'Ente potrebbe richiedere l'attivazione di specifiche iniziative di comunicazione da definire *in progress*; considerato che le somme destinate all'acquisto di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione da parte delle pubbliche amministrazioni sono soggette ai vincoli percentuali fissati dall'art.41 del decreto legislativo n.177 del 31 luglio 2005, "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici", applicati secondo gli indirizzi forniti dal Presidente del Consiglio dei Ministri con Direttiva del 28 settembre 2009 e devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario, per almeno il 15% a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei paesi membri UE e, per almeno il 50%, a favore dei giornali quotidiani e periodici; tenuto conto che, con deliberazione adottata nella seduta del 30 ottobre 2019, sono stati approvati il documento "Piani e Progetti per l'anno 2020" ed i connessi obiettivi specifici della Federazione ACI relativi al triennio 2020-2022; tenuto conto, altresì, dell'avvenuta approvazione da parte dell'Assemblea dell'ACI, nella riunione del 30 ottobre 2019, del Budget annuale 2020; considerato, in ordine ai presupposti di legge per l'affidamento ad ACI Informatica dei sopra richiamati servizi in esecuzione della vigente Convenzione, che, con delibera ANAC n.632 del 3 luglio 2019, l'Ente è stato iscritto nell'elenco di cui all'art.192 del decreto legislativo n.50 del 18 aprile 2016, con riferimento agli affidamenti disposti in modalità *in house* nei confronti della stessa Società; considerato altresì che il richiamato contesto normativo prevede che l'affidamento diretto sia preceduto, nel caso di servizi disponibili sul mercato, dalla valutazione in ordine alla congruità economica dell'offerta della Società *in house*, avuto riguardo all'oggetto e al valore della prestazione, dando conto, nella motivazione del provvedimento di affidamento, delle ragioni del mancato ricorso al mercato, nonché dei benefici per la collettività della forma di gestione prescelta, anche con riferimento agli obiettivi di universalità e socialità, di efficienza, di economicità e di qualità del servizio, nonché di ottimale impiego delle risorse pubbliche; ritenuto, al riguardo, che permangono le condizioni a sostegno della scelta del modello di affidamento *in house* effettuata con la sottoscrizione della richiamata Convenzione, dal momento che: - ACI Informatica 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 e perseguendo le finalità istituzionali di carattere pubblico proprie dell'ACI; - i servizi richiesti ad ACI Informatica, per le caratteristiche degli ambiti operativi, tra i quali la gestione e lo sviluppo della rete territoriale dell'ACI, l'ambito associativo e la tenuta del Pubblico Registro Automobilistico, continuano ad essere connotati da una forte specializzazione e peculiarità, tali da rendere molti di essi infungibili; - il mantenimento in capo ad ACI Informatica dei predetti servizi garantisce il riutilizzo, la valorizzazione e la riservatezza del patrimonio specifico di conoscenze e competenze maturate dalla Società per conto e nell'interesse di ACI nel corso degli anni; - la flessibilità nella gestione del rapporto convenzionale ed il penetrante controllo che ACI esercita su detti servizi rappresentano un valore aggiunto per l'Ente che il ricorso al mercato non potrebbe in alcun modo assicurare, esponendo l'Ente stesso al pericolo di perdere il controllo su tali attività e di disperdere le risorse tecniche, le professionalità ed il know how ad oggi acquisite, elementi indispensabili per l'Ente per gestire autonomamente i servizi in ambito istituzionale e pubblico, quali il PRA e le tasse automobilistiche; visto il documento congiunto predisposto dalla stessa Direzione Presidenza e Segreteria Generale con delega ai Servizi Delegati, dalla Direzione Sistemi Informativi ed Innovazione e dalla Direzione Attività Associate e Gestione e Sviluppo Reti, nella loro qualità di gestori della spesa della Società ACI Informatica, concernente la valutazione di congruità economica – effettuata sulla base del modello analitico per la valutazione di congruità degli affidamenti alle Società *in house* dell'Ente già rilasciato da un Advisor indipendente - delle attività da affidare alla Società ACI Informatica per l'anno 2020, documento che, allegato al verbale della seduta sotto la lett. B), costituisce parte integrante della presente deliberazione ed al quale viene fatto integrale rinvio anche ai fini motivazionali; preso atto della metodologia in tale contesto seguita; tenuto conto in particolare che l'applicazione del predetto modello analitico ha consentito di riscontrare che, complessivamente, i corrispettivi previsti per i servizi da affidare nell'anno 2020 alla predetta Società *in house*, nell'ambito della vigente Convenzione, sono da ritenersi congrui rispetto ai valori di mercato; ritenuto conseguentemente, per le motivazioni di cui sopra, che il mantenimento dei servizi in argomento in capo ad ACI Informatica rappresenta soluzione economicamente congrua ed atta a garantire al meglio 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 dalla Società in parola; tenuto conto che la richiamata Convenzione prevede il riconoscimento alla Società ACI Informatica, a titolo di rimborso dei costi sostenuti, di quanto economicamente necessario, quale presupposto per continuare a garantire l'espletamento delle attività dalla stessa svolte a favore e nell'interesse dell'ACI; preso atto che il corrispettivo da riconoscere alla Società ACI Informatica per la realizzazione della Campagna di Comunicazione strategica per l'anno 2020, attribuita alla gestione della Direzione Presidenza e Segreteria Generale con delega ai Servizi Delegati nella medesima annualità, è stato quantificato nell'importo massimo di €2.000.000, oltre IVA; ritenuto, conseguentemente, di autorizzare il riconoscimento alla Società ACI Informatica del sopraindicato importo massimo, per garantire l'equilibrio economico-finanziario della Convenzione in essere ed assicurare la continuità nella gestione delle prestazioni affidate dall'Ente alla stessa Società con riferimento



al citato ambito di attività; ritenuta, altresì, l'opportunità di conferire apposito mandato alla Presidenza per l'individuazione, nell'ambito delle "aree di intervento" di cui sopra, delle specifiche iniziative che, nel rispetto delle linee guida in argomento, si renderanno opportune in base all'evoluzione del contesto esterno, ivi inclusa la quantificazione dei corrispondenti importi di spesa, fermo restando il sopra indicato limite massimo di spesa previsto per la Campagna; preso atto del vigente "Regolamento di Governance delle Società partecipate da ACI"; **approva** le "Linee guida per la Campagna di comunicazione strategica ACI - anno 2020", in conformità al documento allegato al verbale della seduta sotto la lett. D), 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 per l'anno 2020 di cui in premessa, secondo le modalità definite dalla Presidenza nel corso dell'anno; **autorizza** il riconoscimento alla stessa Società ACI Informatica dell'importo massimo di €2.000.000, oltre IVA, a titolo di rimborso dei costi che la Società sarà chiamata a sostenere per la realizzazione della predetta Campagna di comunicazione strategica per l'anno 2020, in ossequio agli obiettivi ed ai piani di attività che saranno gestiti dalla Direzione Presidenza e Segreteria Generale per la medesima annualità, ferma restando la ripartizione, per le spese sostenute per l'acquisto di spazi pubblicitari, ad eccezione di quelle connesse alla comunicazione di prodotto, degli importi da destinare ai diversi mezzi di comunicazione di massa, in base ai vincoli percentuali di cui al sopracitato art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177; **conferisce mandato** al Presidente, con facoltà di delega, per: - **a)** la formalizzazione dell'affidamento in parola alla Società ACI Informatica SpA; - **b)** l'individuazione delle iniziative, nell'ambito delle "Aree di intervento" indicate nel documento allegato al verbale della seduta sotto la lett. E), che costituisce parte integrante della presente deliberazione, che, nel rispetto delle suddette "Linee guida", si renderanno opportune in base all'evoluzione del contesto esterno, ivi compresa la quantificazione delle relative spese, fermo restando l'importo massimo di spesa come sopra autorizzato; - **c)** il conseguente affidamento alla medesima Società degli incarichi relativi alla realizzazione delle iniziative di cui sopra. La relativa spesa trova copertura sul conto n.410719002 "*Attività promozionale ed iniziative di comunicazione*", del budget di gestione 2020 della Direzione Presidenza e Segreteria Generale con delega ai Servizi Delegati. Il pagamento alla Società avrà luogo, in linea con quanto previsto dalla vigente Convenzione, previa presentazione delle fatture emesse, ad esito della verifica in ordine alle relazioni tecniche di consuntivo afferenti alle attività svolte ed al loro stato di avanzamento, comunque entro i limiti delle somme massime autorizzate. La citata Direzione Presidenza e Segreteria Generale con delega ai Servizi Delegati è incaricata di tutti gli adempimenti connessi e conseguenti all'esecuzione della presente deliberazione."

Con i migliori saluti.

IL DIRIGENTE
(Marcello Guerra)

Allegati: n.3