

DELIBERAZIONE ADOTTATA DAL CONSIGLIO GENERALE
NELLA RIUNIONE DELL'11 DICEMBRE 2019

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 ed 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 confermativo 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.".



RELAZIONE, AI SENSI DELL'ART. 192 D. LGS. 50/2016, SUGLI AFFIDAMENTI IN HOUSE AD ACI INFORMATICA PER L'ANNO 2020.

1. Il quadro normativo di riferimento

L'art.192 del D.Lgs. 18 aprile 2016, n. 50 prevede che "ai fini dell'affidamento in house di un contratto avente ad oggetto servizi disponibili sul mercato in regime di concorrenza, le stazioni appaltanti effettuano preventivamente la valutazione sulla congruità economica dell'offerta dei soggetti 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."

Necessita, pertanto, ai fini dell'affidamento in oggetto verificare:

1. la natura "*in house*" della società ACI Informatica S.p.A.;
2. le ragioni dell'affidamento alla società in house e del mancato ricorso al mercato, evidenziando i 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;
3. la congruità economica dell'offerta ricevuta, avuto riguardo all'oggetto ed al valore della prestazione.

2. La natura di società in house di ACI Informatica S.p.A.

L'affidamento in house rappresenta un modello organizzativo alternativo all'applicazione della disciplina comunitaria in materia di appalti e servizi pubblici, per effetto della quale una PA si avvale, al fine di reperire determinati beni e servizi ovvero per erogare alla collettività prestazioni di pubblico servizio, di soggetti distinti sul piano formale ma sottoposti al suo penetrante controllo analogo.

La natura "*in house*" della società ACI Informatica S.p.A. è stata confermata con la richiesta di iscrizione nell'**Elenco delle amministrazioni aggiudicatrici e degli enti aggiudicatori che operano mediante affidamenti diretti nei confronti di proprie "società" in house** istituito presso l'ANAC (cfr. delibera Comitato Esecutivo del 24 ottobre 2017) .

Da ultimo, con la Delibera ANAC n. 632 del 3 luglio 2019, è stata riscontrata nei confronti dell'Ente affidante "ACI", l'esistenza dei requisiti necessari all'iscrizione nell'elenco delle amministrazioni aggiudicatrici e degli enti aggiudicatori che operano mediante affidamenti diretti nei confronti dei propri organismi in house affidatari, nello specifico "ACI Informatica spa", confermando dunque la sussistenza dei requisiti previsti dall'art. 5 del d.lgs. n. 50/2016 ovvero dagli artt. 4 e 16 del d.lgs. n. 175/2016 (Testo Unico in materia di società partecipate) in relazione al rapporto di controllo diretto esercitato da ACI su ACI Informatica.



In particolare si confermano i seguenti requisiti:

- la data di costituzione dell'organismo in house e l'attuale Convenzione in essere tra ACI e ACI Informatica;
- la rispondenza dell'oggetto sociale dell'organismo in house ai casi previsti dalle norme;
- l'esercizio del controllo analogo da parte del controllante e gli elementi attraverso i quali tale controllo si esplica;
- l'assenza di partecipazioni dirette di capitali privati nell'organismo in house, con l'eventuale eccezione di quelle prescritte dalla legislazione nazionale;
- lo svolgimento di oltre l'80 % dell'attività dell'organismo in house in favore di ACI ;
- le misure attraverso le quali poter verificare quanto dichiarato in riferimento alla prevalenza delle attività svolte in favore del controllante/controllanti.

Anche le ragioni di natura economica, tecnica ed organizzativa poste a motivazione della delibera adottata dal Consiglio Generale nella seduta del 29 ottobre 2014 - in tema di conferma del modello organizzativo dell'in house e, quindi, di rinnovo della convenzione novennale tra ACI ed ACI informatica - risultano ad oggi confermate.

La Società, nell'ambito della attuazione dei propri fini statutari, agisce in regime di affidamento "in house providing" nella individuazione delle attività da compiere, delle relative modalità e delle risorse da impiegare, in base alla predetta convenzione relativa al periodo 2015-2023.

Inoltre, la convenzione sopra richiamata prevede, da una parte, l'obbligo di ACI Informatica di operare adottando criteri di efficacia, efficienza ed economicità e, dall'altra, la prerogativa di ACI di preservare l'equilibrio economico/finanziario della gestione delle attività affidate alla stessa ACI Informatica.

3. Le motivazioni della scelta per l'affidamento in house

La scelta tra il sistema dell'affidamento tramite procedura di gara pubblica e il sistema dell'affidamento in house deve essere, come sopra esposto, preceduto dalla comparazione degli obiettivi che si intendono perseguire e delle modalità realizzative avuto riguardo a: tempi necessari, risorse umane e finanziarie da impiegare, livello qualitativo delle prestazioni in base ai principi di economicità e massimizzazione dell'utilità per l'ACI.

La scelta di operare attraverso tale modello è motivata, sul piano tecnico, anche dalla circostanza che i servizi richiesti ad ACI Informatica, per le caratteristiche degli ambiti operativi (PRA, Tasse, Soci, etc.), continuano ad essere connotati da una forte specializzazione e peculiarità tali da rendere molti di essi infungibili. Il mantenimento in capo ad ACI Informatica di essi, garantisce il riutilizzo, la valorizzazione e la riservatezza del patrimonio specifico di conoscenze e competenze maturate da detta società per conto e nell'interesse di ACI nel corso degli anni.



A ciò deve aggiungersi la flessibilità nella gestione del rapporto convenzionale ed il penetrante controllo che ACI esercita su detti servizi cosa che il ricorso al mercato non potrebbe in alcun modo assicurare, esponendo l'Ente 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 PRA e Tasse automobilistiche.

4. Verifica della congruità economica

4.1 Premessa

Relativamente all'analisi della congruità economica delle prestazioni che ACI Informatica S.p.A. andrà a svolgere nel corso dell'anno 2020 per ACI - come da schede preventivo trasmesse dalla Società con nota e-mail del 29 luglio 2019 (integrata dalla successiva e-mail del 25 novembre 2019) - è stato utilizzato il modello analitico di valutazione fornito da un Advisor indipendente, scelto nel 2017 con procedura pubblica - che ha curato per l'anno 2018 la medesima analisi di congruità sulla base di un modello di analisi messo poi a disposizione dell'Ente per gli anni successivi.

Sulla base del manuale operativo di supporto all'utilizzo del modello analitico di valutazione fornito dall'Advisor indipendente, il gruppo di lavoro interdirezionale dell'ACI ha proceduto a raccogliere ed esaminare le informazioni necessarie all'attualizzazione della citata metodologia, al fine di supportare la presente valutazione di congruità.

4.2 La Metodologia

4.2.1

La metodologia rilasciata dall'Advisor è basata su analisi di benchmarking delle logiche economiche adottate in situazioni simili, ovvero quelle che presentano prodotti/servizi comparabili e/o sostitutivi.

In particolare, l'analisi di congruità si concentra sulla componente di **costi interni** che ACI Informatica addebita all'Ente. Infatti, dal momento che ACI Informatica, in qualità di società operante in regime di "in house providing", è soggetta - ai sensi del decreto legislativo 18 aprile 2016 n. 50 ("Codice dei contratti pubblici") - alle procedure ad evidenza pubblica per l'acquisto di beni e servizi sul mercato, la componente di costi esterni è per sua natura, secondo quanto precisato dall' Advisor indipendente, oggetto di confronto con il mercato e quindi congrua rispetto a quest'ultimo.

L'analisi svolta dall'Advisor ha evidenziato che la metodologia del "benchmark di mercato per l'erogazione di servizi simili", nei fatti, non è applicabile per la complessità dei servizi erogati da ACI Informatica ad ACI, che includono attività peculiari, anche di *effort* rilevante, non riscontrabili sul mercato.

Lo stesso Advisor ha ritenuto, quindi, di applicare su tutte le commesse incluse nella convenzione l'analisi tramite **"benchmark per tariffe professionali"**. Le tariffe



relative alle figure professionali di interesse sono state fornite dall'Advisor, che le ha dichiarate valide fino a tutto il 2019.

Il gruppo di lavoro interdirezionale dell'ACI, in accordo con la Direzione Analisi Strategica per le Politiche del Gruppo, ha quindi ravvisato la necessità di un aggiornamento delle predette tariffe per utilizzarle nell'analisi relativa all'anno 2020.

E' stata incaricata, quindi, dell'attività di rilevazione delle tariffe medie di mercato delle figure professionali ICT la società Netconsulting³, che ha condotto l'analisi su aziende ICT di dimensioni comparabili a quelle di ACI Informatica e che, in modo simile a quest'ultima, svolgono attività applicative e tecnologiche di particolare complessità (cfr. il documento "Determinazione tariffe delle figure professionali ICT" - Novembre 2019, predisposto dalla predetta Società per l'ACI).

4.2.2

La rilevazione delle **tariffe** dei servizi professionali ICT sul mercato italiano è stata condotta sulla base di un panel di fornitori il più possibile comparabile con la struttura organizzativa e societaria e con le peculiarità presenti in ACI Informatica. Il panel è anche rappresentativo della gamma di prodotti e servizi presenti in ACI Informatica e le rilevazioni sono state condotte sulla seguente tipologia di fonti informative:

- listini Consip di operatori che propongono analoghe figure professionali ICT nelle Pubbliche Amministrazioni;
- altre società in house presenti sul mercato italiano;
- altre aziende comparabili per dimensione e complessità dei progetti ICT con quelli sviluppati e gestiti da ACI Informatica;
- Banca Dati sulle tariffe professionali interna alla predetta società.

Le tariffe delle figure professionali di mercato individuate dal benchmark non sono, però, in grado di rappresentare la peculiarità delle **figure professionali** presenti in ACI Informatica. Pertanto, al fine di confrontare le tariffe di mercato tenendo conto dei fattori specifici di ACI Informatica, sono stati applicati dei **correttivi**, così come suggerito dal manuale operativo di supporto utilizzato per la presente valutazione:

- a) Un **primo correttivo** considera **tre parametri** qualitativi e li integra tra loro al fine di produrre un valore quantitativo rappresentativo. I tre parametri sono:
- conoscenza IT: specifica conoscenza delle tematiche IT professionali;
 - conoscenza dello specifico contesto ACI, delle esigenze di *business* e *commitment*;
 - *demand management* inteso come proattività, propositività e dinamicità nei confronti del committente.

Per ogni singola figura professionale, è stato quindi attribuito un valore - alto, medio o basso - ai predetti parametri, che determina una percentuale di correzione delle tariffe compresa tra 0% e 8%, come riportato nella seguente tabella.



Qualifica	Media di Anzianità	Conoscenza IT	Conoscenza ACI	Demand	Correttivo
DIRIGENTI	22	Alta	Alta	Alta	8%
ACCOUNT	8	Alta	Alta	Alta	8%
ACCOUNT SENIOR	19	Alta	Alta	Alta	8%
ADDETTO AMMINIST.	8	Media	Media	Bassa	2%
ANALISTA	21	Alta	Alta	Bassa	8%
ANALISTA PROGRAMMATORE	22	Alta	Alta	Bassa	8%
ASSISTENTE SERVIZI	18	Bassa	Bassa	Bassa	0%
CONTAB.DI CONCETTO	15	Bassa	Alta	Media	4%
COORD.TECNICO	17	Media	Media	Media	4%
COORDINATORE EDP	25	Alta	Alta	Media	8%
COORDINATORE EDP SN	24	Alta	Alta	Media	8%
JUNIOR ACCOUNT	6	Media	Media	Alta	8%
PROCEDURISTA	2	Alta	Alta	Media	8%
PRODUCT MANAGER	22	Alta	Alta	Alta	8%
PROGRAMMATORE	7	Media	Media	Bassa	2%
RESP. IMP. TECN. E MANUTENZION	8	Media	Media	Bassa	2%
RESPONS.AMM.VO SN	20	Alta	Bassa	Alta	8%
RESPONS.TECNICO SN	19	Alta	Alta	Alta	8%
RESPONSABILE AMM.VO	14	Alta	Alta	Alta	8%
RESPONSABILE TECNICO	18	Alta	Alta	Alta	8%
SALES MANAGER	14	Alta	Bassa	Alta	8%
SERVICE MANAGER	23	Alta	Alta	Alta	8%
SISTEMISTA	10	Media	Media	Bassa	2%
SISTEMISTA SN	22	Alta	Alta	Alta	8%
SYSTEM ADM SN	29	Alta	Alta	Alta	8%
TECN.DI PROC. SN	16	Alta	Alta	Bassa	8%
TECNICO DI GESTIONE	23	Alta	Alta	Bassa	8%

b) Una seconda tipologia di correzione, definito **correttivo "In house"** comprende il mancato costo dovuto a:

- *Opportunity Development*, inteso come valore aggiunto che il personale di ACI Informatica offre in quanto operatore fiduciario in grado di effettuare anche prestazioni aggiuntive rispetto a quanto definito, senza bisogno di particolari formalizzazioni e con la massima disponibilità;
- *Sourcing Strategy & Procurement e Governance & Quality Assurance*, che rappresentano il risparmio dovuto alla gestione di procedure di gara (redazione, valutazione, gestione, commissioni, etc.) e il risparmio di gestione del governo e della qualità dei fornitori esterni, in particolare il *commitment* su tutta l'in house da parte del cliente/proprietario e la ridotta necessità di effettuare collaudi formali in considerazione della continuità di rapporto.

Tale correttivo è stato valorizzato al 10%, in base alle seguenti percentuali:

Opportunity Development (Prestazioni Aggiuntive)	4%
Sourcing Strategy & Procurement (Procedura di gara)	3%
Governance & Quality Assurance (Gestione Contenzioso)	3%

Riepilogando, di seguito è rappresentato il calcolo del *benchmark* di mercato corretto con i fattori sopra illustrati.



4.2.3

Le **tariffe delle figure professionali di ACI Informatica** da confrontare con i benchmark di mercato, secondo la metodologia utilizzata, sono determinate incrementando i costi medi annuali di ciascuna figura professionale:

- di una percentuale relativa ad ulteriori oneri non compresi nel costo base del personale (quali straordinario, reperibilità, indennità varie, mensa, trasferte);
- di una quota parte del costo della commessa "Costi Generali".

Il costo medio complessivo, così ottenuto per ciascuna figura professionale, è successivamente diviso per 220 (i giorni di lavoro medi utilizzati nel mercato per il calcolo del *full time equivalent*), per determinare il costo medio giornaliero per ciascuna figura professionale.

4.3 Conclusioni

Sulla base dei dati relativi al costo del personale - come attualizzati e comunicati da ACI Informatica, con nota e-mail del 18 novembre 2019 - ai fini della presente valutazione, è stata elaborata la seguente tabella comparativa.

Descrizione qualifica	Figura di mercato	Benchmark di mercato (€)	Benchmark corretto (€)	Tariffa giornaliera ACI Informatica (€)	Diff. (€)	Diff (%)
DIRIGENTI	INFORMATION SYSTEMS MANAGER	835,4	985,77	944,32	41,45	96%
COORDINATORE EDP	PROGRAM	544,74	642,79	539,99	102,8	84%



SN	MANAGER					
SALES MANAGER		544,74	642,79	546,67	96,12	85%
SERVICE MANAGER		544,74	642,79	557,98	84,81	87%
ACCOUNT	INFORMATION SYSTEMS PROJECT MANAGER	446,05	526,34	391,43	134,91	74%
ACCOUNT SENIOR		446,05	526,34	475,04	51,30	90%
COORDINATORE EDP		446,05	526,34	495,25	31,09	94%
PRODUCT MANAGER		446,05	526,34	460,10	66,24	87%
RESPONSABILE TECNICO		446,05	526,34	461,00	65,34	88%
RESPONS.TECNICO SN		446,05	526,34	522,54	3,80	99%
ANALISTA PROGRAMMATORE	BUSINESS ANALYST	460,08	542,89	464,11	78,78	85%
ANALISTA		460,08	542,89	492,99	49,90	91%
JUNIOR ACCOUNT	INFORMATION SYSTEMS ANALYST	320,04	377,65	366,41	11,24	97%
PROCEDURISTA		320,04	377,65	328,60	49,05	87%
PROGRAMMATORE	DIGITAL MEDIA - WEB CONTENT SPECIALIST	361,80	426,92	399,93	26,99	94%
RESP. IMP. TECN. E MANUTENZIONE	IT SYSTEM ARCHITECT	436,31	488,67	396,95	91,72	81%
SISTEMISTA SN		436,31	514,85	459,95	54,90	89%
SYSTEM ADM SN		436,31	514,85	469,28	45,57	91%
SISTEMISTA	SISTEMISTA	333,00	372,96	400,19	-27,23	107%
PROGRAMMATORE	SOFTWARE DEVELOPER	242,47	271,57	399,93	-128,36	147%
TECNICO DI PROCEDURA SN		242,47	286,11	406,91	-120,80	142%
TECNICO DI GESTIONE		242,47	286,11	442,72	-156,61	155%
RESPONS.AMM.VO SN	RESPONSABILE AMMINISTRATIVO SENIOR	503,80	594,48	520,69	73,79	88%
RESPONSABILE AMMINISTRATIVO	RESPONSABILE DI PROCEDURA CONTABILE	440,33	519,59	451,42	68,17	87%



RESPONSABILE AMMINISTRATIVO	RESPONSABILE AMMINISTRATIVO CONTABILE	436,62	515,21	451,42	63,79	88%
ASSISTENTE SERVIZI	ASSISTENTE	232,21	255,43	387,37	-131,94	152%
CONTAB.DI CONCETTO	ESPERTO CONTABILE	356,76	406,71	409,05	-2,34	101%
COORD.TECNICO	COORDINATORE TECNICO DI PROCEDURE CONTABILI	339,86	387,44	439,02	-51,58	113%
ADDETTO AMMINIST.	ADDETTO AMMINIST.	310,12	347,33	383,37	-36,04	110%

Ai fini della valutazione di congruità, secondo la metodologia utilizzata, bisogna tenere conto della c.d. **soglia di "tollerabilità"**, per la quale sono comunque da ritenere congrue le variazioni del costo di ACI Informatica, rispetto al valore del "benchmark corretto", che non superino il 20%.

Al riguardo, è da tenere presente che, nell'ultima colonna della tabella comparativa, denominata "Diff. (%)" viene rappresentata, in termini percentuali, la differenza tra la "Tariffa giornaliera di ACI Informatica" e il "Benchmarking corretto". Nella citata colonna, i valori inferiori al 100% danno evidenza delle tariffe di ACI Informatica che si trovano al di sotto delle corrispondenti tariffe del "Benchmarking corretto", i valori pari al 100% evidenziano le tariffe di ACI informatica che risultano in linea con il "Benchmarking corretto". Le differenze che risultano superiori al 100% evidenziano, infine, le tariffe di ACI Informatica superiori ai valori del "benchmarking corretto". Per questo ultimo caso è da precisare, però, che le differenze fino al 120% - come detto - rientrano nella soglia di tollerabilità secondo la metodologia utilizzata.

Per l'anno 2020 si riscontrano, quindi, valori non congrui concentrati esclusivamente nelle figure professionali del "*software developer*" e dell'"*assistente*", rispetto alle quali ACI Informatica riferisce che ricorrono maggiori oneri derivanti dalla elevata anzianità media del personale in servizio che peraltro, per questo motivo, risulta essere particolarmente professionalizzato.

Alla luce di quanto sopra riportato, **complessivamente, i corrispettivi** previsti per i servizi da affidare nel 2020, nell'ambito della Convenzione tra ACI e ACI Informatica, sono da ritenere **congrui** rispetto ai valori di mercato.

IL DIRETTORE
Vincenzo Pensa

IL DIRETTORE
Alessandra Rosa

IL DIRETTORE
Sabina Soldi



Automobile Club d'Italia

Linee guida per la Campagna di comunicazione strategica ACI – anno 2020

Obiettivi strategici	• Alimentare e qualificare il riposizionamento dell'ACI nel XXI secolo con i suoi veri valori storici, attualizzandoli costantemente alla stregua delle innovazioni del settore <i>automotive</i> con particolare riferimento alla trasformazione dei sistemi di mobilità ed alla necessità di garantire livelli sempre più alti di sicurezza. • Accrescere ulteriormente la considerazione dell'ACI quale unico riferimento Istituzionale sui temi della sicurezza, della mobilità e della sua sostenibilità, della PA al servizio dell'automobilista e delle imprese di settore, degli sport automobilistici e del patrimonio storico automobilistico. • Attualizzare, consolidare e ampliare le relazioni con le Istituzioni (nazionali e locali) e con i sistemi d'impresa legati al comparto <i>automotive</i>. • Sostenere la crescita degli associati ed il loro senso di appartenenza per rafforzare il ruolo di rappresentanza dell'ACI.
Obiettivi "puntuali"	• Proseguire e accrescere il dialogo con tutti gli "utenti della strada", con particolare riguardo agli automobilisti ed al "mondo auto". • Alimentare i temi strategici per l'ACI con iniziative e attività di sensibilizzazione "ad ampio spettro" rivolte agli italiani (quali le campagne per la sicurezza, la mobilità sostenibile, il valore etico ed economico dello sport motoristico, la rilevanza del segmento delle auto storiche e l'attenzione per la salvaguardia delle stesse). • Accompagnare e valorizzare le nuove iniziative e i servizi per gli associati e, in generale, per gli automobilisti. • Valorizzare e rendere visibile la rete di competenze e la varietà di attività che l'ACI svolge sul territorio, attraverso le proprie articolazioni.
Target	Il vasto pubblico degli italiani, con particolare riferimento a: • tutte le famiglie italiane (oltre 25 milioni di nuclei), • i giovani dai 16 ai 29 anni, con meno esperienza e maggiori criticità alla guida, • il mondo di chi lavora avendo bisogno di mobilità individuale, • gli utenti della strada più deboli e gli automobilisti del futuro (bambini e ragazzi, scuole e scolaresche), • i nuovi immigrati (già oltre 4 milioni di residenti permanenti), • gli appassionati e i cultori, tecnici e amatoriali, spettatori e sportivi, • i possessori e gli appassionati di auto storiche. Gli influenti, gli interlocutori, i decisori del "sistema auto", con particolare riferimento a: • Istituzioni politiche e di governo, nazionali e locali (quali l'Autorità per la regolazione dei trasporti e l'Autorità della concorrenza e del mercato), • FIA e organizzazioni sportive, • <i>media</i> tradizionali e comunità digitali (<i>web magazine, blog, social</i>), • organizzazioni di categoria, d'impresa e dei consumatori, • compagnie assicurative e autostradali e reti distributive, • altri soggetti facenti parte, a vario titolo, del settore <i>automotive</i>.



Modalità (contenuti e stili)	▪ Far emergere l'ACI attraverso il racconto dei fatti, del patrimonio di esperienze e competenze e delle concrete azioni realizzate per andare incontro ai nuovi bisogni degli italiani proponendo, di volta in volta, le soluzioni maggiormente rispondenti all'interesse generale; ogni realizzazione dell'ACI diventa così l'occasione per valorizzare l'Ente, i suoi valori, le sue competenze e le sue professionalità. • Comunicare senza mai dare per scontato che tutti conoscano l'ACI, ossia con l'approccio di chi garbatamente segnala sempre chi è, cosa fa, dove vuole andare; nell'epoca delle <i>fake news</i> e della pseudoinformazione frammentata, vecchi pregiudizi e cattiva informazione sono sempre in agguato e gli attacchi sono sempre possibili; bisogna quindi sempre dedicare particolare attenzione nel comunicare con efficacia e puntualità le finalità istituzionale, i compiti, gli obiettivi, le attività dell'Ente. • Utilizzare la comunicazione in sè, ossia il modo di farla e lo stile (cd. <i>tone of voice</i>), come elemento primario per sottolineare e rafforzare il nuovo corso dell'ACI nel XXI secolo; quindi comunicare con attenzione ai contenuti rilevanti e di interesse, con modalità mai banali, con tecniche innovative ma efficaci, con un <i>mood</i> contemporaneo, è una scelta ponderata che con immediatezza propone una percezione dell'Ente forte, contemporanea e rivolta al futuro. • Comunicare avendo sempre come riferimento il cittadino-automobilista, posizionandosi dal suo punto di vista e considerando i suoi bisogni, le sue aspirazioni, il suo linguaggio; comunicare con la convinzione che l'ACI, con le sue competenze, sia una parte rilevante del processo di modernizzazione del Paese così atteso dagli italiani; perché l'ACI è, e continuerà ad essere, la più grande associazione di italiani che "disegna il futuro per farti muovere meglio nel presente".
------------------------------------	---



Automobile Club d'Italia

Pianificazione Campagna di comunicazione strategica ACI – anno 2020	
AREE DI INTERVENTO	
1. SERVIZI DI SUPPORTO ALLA "CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE STRATEGICA ACI"	
2. CAMPAGNA <i>CORPORATE</i> ISTITUZIONALE E DI UTILITA' SOCIALE	
3. INIZIATIVE IN TEMA DI MOBILITA'	
4. PROMOZIONE DI EVENTI SPORTIVI E SUL MONDO DELL'AUTO	
5. PARTECIPAZIONE A EVENTI PER PROMUOVERE L'IMMAGINE DELL'ACI	
6. RICERCA SUL POSIZIONAMENTO DI MERCATO DELL'ACI	