



AUTOMOBILE CLUB MILANO

RELAZIONE SULLA PERFORMANCE 2011

(art. 10 comma 1, lett. b) del D.lgs n.150/2009)

*Deliberata il 28 giugno 2012 con Delibera del Presidente n. 10/2012, modificata
il 5 settembre 2012 con Delibera del Presidente n. 13/2012.*

1. Presentazione

La seguente Relazione sulla *performance* prevista dall'art. 10, comma 1, lettera b) del decreto 150 del 27 ottobre 2009, è uno strumento mediante il quale l'AC Milano illustra ai cittadini e a tutti gli *stakeholder*, interni ed esterni, i risultati ottenuti nel corso dell'anno precedente, concludendo in tal modo il ciclo di gestione della *performance*.

INDICE:

1. Presentazione e indice	1
2. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli altri <i>stakeholder</i> esterni.....	2
2.1. <i>Il contesto esterno di riferimento</i>	2
2.2. <i>L'amministrazione</i>	3
2.3. <i>I risultati raggiunti</i>	4
2.4. <i>Le criticità e le opportunità</i>	10
3. Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti.....	13
3.1. <i>Albero della performance</i>	13
3.2. <i>Obiettivi strategici</i>	15
3.3. <i>Obiettivi e piani operativi</i>	19
3.4. <i>Obiettivi individuali</i>	32
4. Risorse, efficienza ed economicità	38
5. Pari opportunità e bilancio di genere.....	41
6. Il processo di redazione della relazione sulla <i>performance</i>	43
6.1. <i>Fasi, soggetti, tempi e responsabilità</i>	43
6.2. <i>Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della performance</i>	44

2. Sintesi delle informazioni di interesse per i cittadini e gli altri *stakeholder* esterni

In questa sezione sono esposti i contenuti della Relazione che sono di interesse immediato per i cittadini e gli altri *stakeholder* esterni. In particolare sono trattati: il contesto esterno di riferimento, l'amministrazione, i risultati raggiunti, le criticità e le opportunità.

2.1. Il contesto esterno di riferimento

Nel 2011 l'AC Milano, da un lato, ha dovuto far fronte ai numerosi cambiamenti che hanno investito il sistema economico e sociale del Paese e dall'altro, cogliere ed interpretare le esigenze dell'opinione pubblica sui temi della mobilità sostenibile e socialmente responsabile, valorizzando la sua natura di Ente non economico a carattere associativo. A causa della sfavorevole congiuntura economica che sta caratterizzando il nostro Paese in questi ultimi anni e della diminuzione delle immatricolazioni del 10,88% rispetto al 2010, nel corso del 2011, l'AC Milano ha registrato una riduzione del volume di affari, legato principalmente all'attività associativa ed in minima parte alla gestione dei distributori di carburante. Si evidenzia, invece, un lieve incremento dell'attività assicurativa e di assistenza automobilistica (contratto di convenzionamento con i delegati). Nonostante però i fattori negativi, sono state intraprese numerose attività in diversi settori e aree di competenza, orientate allo sviluppo e al miglioramento interno dell'Ente e all'ampliamento dei rapporti con gli *stakeholder*, i soci, gli utenti e gli altri soggetti pubblici e privati del territorio. La crescente attenzione dell'opinione pubblica sui temi della mobilità sostenibile e responsabile, unita ad eventi locali di particolare rilevanza, quali l'Expo 2015 hanno, altresì, indotto l'AC Milano a rinnovare l'impegno a favore di una cultura automobilistica che sia sensibile alle questioni ambientali e che sia in grado di garantire la sicurezza sulla strada ed una mobilità intermodale.

2.2. L'amministrazione

Nella tabella seguente sono stati evidenziati alcuni dati sull'amministrazione al 31/12/2011.

N° di dipendenti	11
N° di società collegate	7
N° di studi di consulenza automobilistica affiliati	60
N° di soci	54.386

Tabella 1 - L'Ente in cifre al 31/12/2011

Per quanto riguarda il personale, nel 2011, si sono concluse le procedure concorsuali per l'assunzione di tre nuove persone nell'area B e tre nell'area C e sul finire dell'anno sono entrate in servizio 4 nuove unità, facendo salire a 11 il numero dei dipendenti che sono così suddivisi:

Forza ruolo dipendenti 31.12.2011	
Classificazione	Forza ruolo dipendenti 31.12.2011
C5	3
C2	1
C1	2
B3	1
B2	1
B1	2
A3	1
Totale personale Aree di Classificazione	11
Professionisti	0
Totale Generale	11

Tabella 2 - Forza ruolo dipendenti al 31/12/2011

Per la realizzazione delle proprie attività ed il raggiungimento degli *outcome* dichiarati, l'AC Milano ha operato attraverso la propria struttura, le sette società controllate: Acinnova S.r.l., Acitour Lombardia S.r.l., Agenzia Radio Traffic S.r.l., ACM Services S.p.A., ACM Servizi Assicurativi S.p.A, Immobiliare Automobile Club Milano S.p.A., S.I.A.S. S.p.A. ed una rete di 60 studi affiliati di consulenza automobilistica, distribuita nel territorio delle province di Milano (18 in città e 27 in provincia), Monza Brianza (12) e Lodi (3).

Da un punto di vista associativo, considerato il *trend* negativo e la generale contrazione del mercato, rispetto al 2010, l'AC Milano ha registrato un decremento pari al 7,5% passando da 58.797 Soci nel 2010 a 54.386 nel 2011.

2.3. I risultati raggiunti

Nel corso del 2011, l'AC Milano ha perseguito le finalità di interesse generale automobilistico e attuato le particolari provvidenze ritenute vantaggiose per i Soci, con particolare attenzione al settore della mobilità. Inoltre, ha curato le attività relative la sicurezza e l'educazione stradale, i servizi a favore dei Soci, le attività di assistenza e consulenza automobilistica e quelle di promozione dello sport automobilistico, con una particolare attenzione al "sociale".

Da un punto di vista istituzionale l'Ente si è impegnato a soddisfare alcuni bisogni chiave dei propri *stakeholder*, ponendosi come referente istituzionale in sede locale, mediante accordi e tavoli tecnici realizzati in collaborazione con le altre amministrazioni, al fine di proporre soluzioni in favore della mobilità sostenibile e formulare piani di intervento sul territorio. In particolare, sono stati intensificati i contatti, le collaborazioni, le iniziative di formazione e sensibilizzazione in sinergia con attori pubblici e privati del territorio, da cui sono derivate convenzioni e accordi di *partnership*, volti soprattutto a prevenire gli incidenti stradali, a incentivare i trasporti innovativi, la figura del *Mobility Manager* e promuovere i vari aspetti della mobilità. Nel 2011 è continuata la gestione dei Bandi di Regione Lombardia, (Bando per l'installazione di filtri antiparticolato per autoveicoli adibiti al TPL – Trasporto Pubblico Locale e Bando Motocicli), finalizzati alla riduzione dell'inquinamento atmosferico e alla diffusione di una cultura dell'auto in linea con i principi della tutela ambientale. Per

quanto riguarda le pubbliche amministrazioni, l'AC Milano, anche nel 2011, ha proseguito l'attività di consultazione con il Comune di Milano (Commissione Sicurezza Stradale, Commissione Taxi, Polizia Locale), la Provincia di Milano (Osservatorio Sicurezza Stradale), la Regione Lombardia (Tavolo di Regia dell'Aria, Tavolo Ambiente e Mobilità, Commissione Sicurezza Stradale, Accordo Quadro sui temi della Sicurezza Stradale) e l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, con il quale si sono sviluppati intensi rapporti che hanno favorito la realizzazione del progetto "Oggi in pista domani in strada", avviato nel 2012 e posto le basi per probabili nuove iniziative comuni.

Sono rimasti costanti i rapporti con i gestori di reti di trasporto pubblico (ATM di Milano, MM, Ferrovie Nord Milano, Asstra e Anav, ecc.), con i gestori di reti viarie, dalle autostrade esistenti a quelle in corso di realizzazione (A7, BreBeMi, TEM, Pedemontana, ecc.) e con la Polizia Stradale.

Inoltre, l'AC Milano ha avviato attività progettuali congiunte con le più diverse rappresentanze economico-sociali, quali:

- Inail Lombardia, per la prevenzione degli incidenti stradali in itinere, anche con la sottoscrizione di una seconda Convenzione, che è stata stipulata alla fine del 2011 assieme a Regione Lombardia;
- Assolombarda e Confindustria Lombardia sui temi dei trasporti innovativi, del *mobility management*, della sostenibilità ambientale;
- Camera di Commercio di Milano e Unione del Commercio per le proposte di gestione del traffico merci, ecc. oltre a CNA, ad Unione Artigiani, ecc.

Si sono mantenuti costanti rapporti di scambio di informazioni e di confronto con le associazioni dei produttori di auto (Anfia e Unrae), di moto (Ancma), di pneumatici (Assogomma), di tecnologie (Anie), ecc., senza però la realizzazione di una particolare attività progettuale e con le Università milanesi per i più diversi settori: da quello psicologico (Statale e Cattolica) a quello dei trasporti (Politecnico).

Anche il lavoro dell'Area Comunicazione nel 2011 è proseguito in maniera proficua e positiva. I rapporti con i rappresentanti dei media e l'attività di relazioni esterne con i referenti di Istituzioni, Enti e Associazioni si sono intensificati. Un'azione sviluppata a 360 gradi che ha permesso di trovare spazi su quotidiani, periodici, televisioni, radio e internet. L'impegno più rilevante dell'anno passato, è stato quello di

aver voluto ulteriormente affermare l'AC Milano come opinion leader, capace di intervenire, in maniera forte e qualificata, su tematiche del settore di nostra competenza.

Alcune iniziative meritevoli di essere citate sono:

- l'inaugurazione della "Sala Alboreto" e l'adesione alla raccolta di firme per l'istituzione del reato di omicidio stradale;
- la campagna di sensibilizzazione "Guida con dolcezza", finalizzata ad una guida più serena e meno esasperata. In collaborazione con Alpenlibe, sono state distribuite sia all'Autodromo di Monza, sia agli sportelli del nostro Salone di corso Venezia, 10.000 caramelle e un volantino che riportava lo slogan: "Al volante non ti arrabbiare, vivi la strada. Guidare è cortesia";
- l'esposizione nella sede centrale dell'Ente di "GUS GUS", l'automobile italiana più veloce di tutti i tempi che ha stabilito il record di velocità della sua categoria nello scorso agosto a Bonneville raggiungendo i 483,377 km orari;
- il congresso medico-scientifico sulla prevenzione dei "colpi di sonno", realizzato con Sapio.
- la campagna di sensibilizzazione sul "bere responsabile", in collaborazione con ACI e Diageo;
- la campagna di sensibilizzazione per la corretta manutenzione dei pneumatici, in collaborazione con ACI e Michelin.

Con questo modo di comunicare e di rapportarsi con il "mondo esterno", l'AC Milano ha potenziato il tradizionale rapporto con la stampa e oltre a puntare sulla diffusione degli argomenti più "cari" all'Ente, è riuscito a trovare spazi anche in altri ambiti. Importante è stato lo sforzo crescente di elaborare dati e notizie, aggiornandoli periodicamente e ampliando la disponibilità di materiali per i servizi di marketing. Oltre ai numerosi comunicati redatti e veicolati nelle redazioni, declinati sia nel settore politico-economico-istituzionale, sia nel settore auto/motori, l'Area Comunicazione ha realizzato i consueti numeri del periodico "Via", ha prodotto testi per interviste, interventi, discorsi e documentazione di vario tipo per la Presidenza, la Direzione e il Consiglio Direttivo dell'AC Milano. Un'attività che è potuta essere tale grazie al contatto "quotidiano e diretto", messo in campo tra l'Area Comunicazione e i vertici dell'Ente. Nell'ottica di un ulteriore rafforzamento e valorizzazione dell'attività svolta, si sono intensificati i rapporti con gli uffici preposti alle relazioni e alla comunicazione

di enti come, solo per fare alcuni esempi, Regione Lombardia, Provincia di Milano, Comune di Milano e con il Ministero del Turismo e il Ministero dell'Istruzione. E, in ambito più strettamente mediatico, con l'Ordine Nazionale dei Giornalisti e con la Facoltà di Giornalismo dell'Università Statale di Milano.

Come servizi, l'Ente, anche quale componente della Federazione ACI, ha offerto ai Soci e alle loro famiglie l'opportunità di muoversi in sicurezza, in Italia e all'estero, grazie ad accordi e collaborazioni con gli altri Club europei. La gamma dei servizi a disposizione del Socio ha garantito un'assistenza completa tutto l'anno, svincolata dall'emergenza del soccorso stradale:

- soccorso stradale gratuito;
- assistenza sanitaria "Medico Pronto" per l'associato e i suoi familiari;
- assistenza tecnica (auto sostitutiva, servizio taxi, sistemazione in albergo, auto a casa etc.);
- tutela legale (assistenza legale ai Soci in caso di incidente stradale: copertura delle spese per la difesa penale e il recupero dei danni subiti da cose o persone; assistenza specialistica nei ricorsi per le violazioni del Codice della Strada. Avvocato a disposizione, in Italia e in Europa, per la consulenza legale nella gestione del sinistro. In più, un interprete all'estero);
- altre proposte, anche di natura commerciale, riservate ai Soci in esclusiva ovvero a speciali condizioni di favore: ad es. servizio "Bollo Sereno" (pagamento con addebito automatico della tassa auto), corsi recupero punti della patente (n. 3 corsi), corsi di guida sicura (n. 1 corso azienda e n. 1 corso per "privati"), scuola guida, sistemi satellitari per auto, viaggi, biglietti per assistere a manifestazioni automobilistiche, noleggio a lungo termine etc.;
- rivista sociale (n. 3 numeri).

Il servizio del Pubblico Registro Automobilistico è gestito esclusivamente dall'ACI e dalla sua organizzazione diretta rappresentata dagli Uffici Provinciali. L'Automobile Club Milano ha svolto l'attività di consulenza e assistenza automobilistica, ai sensi della L.264/91, tramite la propria società collegata ACM Services S.p.A., che ha operato in condizioni di piena concorrenza e assoluta parità rispetto agli altri operatori del settore.

Nell'ambito poi dell'attività di assistenza, l'AC Milano ha offerto una specifica gamma di prodotti destinata agli automobilisti:

- Carnet de Passage en Douane (n. 14);
- Contrassegni autostradali svizzeri, austriaci e tessere prepagate Viacard;
- CD costi chilometrici d'esercizio (n. 32).

L'Automobile Club Milano, in convenzione con la Regione Lombardia, ha gestito, inoltre, l'attività di riscossione del tributo, offrendo un'assistenza specialistica ai contribuenti:

- attività di bonifica dell'archivio GTA (gestione tasse auto Regione Lombardia);
- attività di accettazione ed elaborazione pratiche di richiesta di esenzione e rimborso tassa auto;
- gestione servizio "Bollo Sereno" per i Soci ACI (oltre due mila adesioni al servizio)

L'Ente è stato impegnato anche nell'iniziativa di integrazione strategica "FacileSarà", finalizzata a valorizzare le sinergie esistenti a livello di Federazione per uno sviluppo integrato del business associativo e assicurativo. L'obiettivo è stato quello di favorire la distribuzione di prodotti e servizi sul territorio, attraverso un sistema di promozione delle tessere ACI verso gli assicurati Sara non Soci e, viceversa, delle polizze Sara nei confronti dei Soci non assicurati Sara.

Nel 2011, l'AC Milano ha aderito al progetto "Ready2go", che prevede la realizzazione di un *network* di scuole guida a marchio ACI, coinvolgendo soprattutto i giovani, un target che per tradizione è piuttosto lontano dal nostro Club. Il progetto ruota intorno ad un sistema didattico innovativo, in cui trova spazio un approccio più moderno e tecnologico, mediante il ricorso a simulatori per prove di guida e ad un'area *web* riservata per consultare il materiale didattico. Gli allievi, oltre ad esercitarsi sui quiz presso l'Autoscuola, possono inoltre fare pratica anche da casa tramite un collegamento internet, oppure sul proprio cellulare con l'installazione di un applicativo didattico sviluppato da ACI. Il progetto, inoltre, coniuga la formazione con la sicurezza, adottando un metodo teso a far conoscere agli allievi i reali pericoli della strada, consentendo al contempo l'acquisizione delle corrette tecniche di guida.

L'impegno profuso ha consentito di acquisire 6 contratti di affiliazione, superando addirittura l'obiettivo assegnato di n. 5 autoscuole.

Per illustrare gli standard qualitativi dei servizi offerti e promuovere un orientamento all'utente, nel corso dell'anno è stata realizzata una carta dei servizi che sarà implementata nel 2012, anche sulla base delle recenti indicazioni normative. La compilazione poi, da parte dei Soci e degli *stakeholders*, di questionari di *customer satisfaction*, ha aiutato la Direzione ad identificare le principali criticità e le conseguenti misure correttive per migliorare i servizi offerti e gestire nel modo migliore il *budget* assegnato. Sempre sotto il diretto controllo della Direzione è stato anche predisposto un questionario finalizzato a recepire le principali problematiche da parte dei soci e degli utenti, riguardo alle difficoltà che incontrano durante i loro spostamenti. Questa iniziativa rientra nell'Osservatorio della Mobilità per Expo 2015, un progetto nel quale, in questa prima fase sperimentale, è stato realizzato uno studio contenente una raccolta di dati sui diversi sistemi di trasporto e sulle infrastrutture in corso di realizzazione, in vista di Expo 2015.

Per quanto riguarda invece il settore sportivo, l'Ente ha operato in veste di organizzatore di competizioni ed eventi sportivi di interesse nazionale. E' titolare della licenza CSAI e tramite il proprio ufficio sportivo, nel corso del 2011, ha sottoscritto circa 1100 licenze, organizzato n. 3 corsi di prima licenza, n. 1 corso per ufficiali di percorso di 4 giorni e, insieme all'ufficio sportivo dell'Autodromo di Monza, n. 12 competizioni sportive, tra cui le più rilevanti sono state: il Superbike, il Monza Rally Show e il GP d'Italia di F1. Considerato che l'immagine dell'Ente, in questo ambito, è rappresentata dall'Autodromo di Monza, gestito dalla S.I.A.S. S.p.A., la Direzione ha dato corso, con l'approvazione del Consiglio, alla sponsorizzazione e al patrocinio di alcune iniziative ed eventi sportivi, come ad esempio la "Coppa Milano Sanremo", organizzata nel mese di marzo in edizione speciale, celebrativa dei 150 anni dell'Unità d'Italia, il "V° Trofeo Milano", organizzato dal Club Milanese Autoveicoli d'Epoca (CMAE) e il "Trofeo Lorenzo Bandini", organizzato a Brisighella (RA) in giugno.

Nell'ambito del "sociale", infine, l'AC Milano ha aderito al programma ACI-Theleton. I soci e tutti coloro che si sono rivolti agli studi di consulenza automobilistica affiliati ACI hanno potuto partecipare, anche con un piccolo contributo, a questa straordinaria gara di solidarietà nella dura battaglia contro la distrofia muscolare e le altre malattie genetiche.

2.4. Le criticità e le opportunità

Nel Piano della *performance* 2011-2013 erano stati individuati dei Piani di azione, che rappresentavano l'orientamento dell'Ente alla gestione della *performance* e ai quali erano direttamente collegati gli obiettivi strategici ed operativi dell'AC Milano. Soltanto su alcuni di questi obiettivi però, per l'anno 2011, si è attivato il processo di valutazione e tra questi: l'incremento dell'attività associativa e il recupero di una posizione di *leadership* nel campo della formazione e dell'addestramento per il conseguimento della patente di guida.

Come è stato già accennato nel paragrafo 2.2., per quanto riguarda la produzione associativa, nonostante un decremento non superiore a n. 4411 tessere rispetto all'anno precedente, senza considerare le tessere prodotte dai canali Aci Global e SARA, il risultato ottenuto evidenzia l'impegno profuso dell'Ente nel limitare il *trend* negativo e la generale contrazione del mercato, confermando la fidelizzazione di un'ampia piattaforma di consociati, quasi sufficiente a raggiungere l'obiettivo fissato. Infatti, con le tessere Gold + Sistema l'AC Milano ha pienamente raggiunto il *target* assegnato, registrando un valore del 73,99 % del portafoglio associativo 2011, mentre con le tessere *Club*, al netto della recente iniziativa di fidelizzazione attivata dalla sede centrale, l'Ente ha prodotto l'1,4 %. Il *target* assegnato è stato raggiunto anche con le tessere multifunzione (n. 8.381 tessere) e con le tessere Facilesarà (n. 10.226 tessere).

Per il recupero di una posizione di *leadership* nel campo della formazione e dell'addestramento per il conseguimento della patente di guida, invece, nel 2011 l'Ente ha aderito al già citato progetto "*Ready2go*". Visto il positivo risultato raggiunto, 6 contratti su un *target* di 5, per il 2012, l'ACI ha attribuito ad AC Milano lo stesso *target* dell'anno precedente.

Questi due obiettivi sono da considerarsi un'opportunità per l'Ente in quanto, per il primo, in un'ottica di miglioramento, sono state pianificate, per l'annualità in corso, attività e iniziative volte ad incentivare l'associazionismo. Per il secondo, si evidenzia come gli indicatori di tale importante obiettivo strategico (tasso di incremento degli iscritti e misura della soddisfazione degli utenti), potranno acquisire di maggiore significato se analizzati nel contesto di un arco temporale più ampio, considerando che l'Ente ha dedicato le proprie risorse, nel corso dell'anno passato, in modo particolare

alla selezione di una rete preparata e in grado di condividere e fare propria la filosofia del progetto.

L'individuazione di ulteriori "azioni" descritte dall'Ente nel Piano della *performance*, in aggiunta alle attività della Federazione soggette al Sistema di Valutazione e Misurazione, ha consentito comunque all'AC Milano di rilevare anche eventuali criticità e opportunità riscontrate a consuntivo sulle attività, iniziative e progetti locali programmati per il 2011.

Una criticità riscontrata riguarda lo slittamento di alcune attività che erano in programma per l'anno 2011 e che, soprattutto a causa della carenza di personale, sono state posticipate al 2012. Infatti, a seguito delle procedure concorsuali, i nuovi dipendenti sono entrati in servizio tra la fine del 2011 e i primi mesi del nuovo anno. Tra queste: l'implementazione dell'URP (Ufficio Relazioni con il pubblico), l'introduzione della funzione di controllo di gestione a supporto degli Organi, l'attuazione del sistema di qualità elaborato dalla Direzione Servizi Ispettivi e Revisione Interna dell'ACI e l'implementazione di iniziative e attività volte ad un maggiore coinvolgimento degli *stakeholder*.

Dal punto di vista amministrativo, l'Ente ha di recente adottato il nuovo sistema di contabilità economico-patrimoniale, avviando una collaborazione con il Centro Servizi Contabili di ACI Informatica. Pertanto, la piena entrata a regime del nuovo sistema di contabilità che, anche grazie al completamento dell'introduzione del sistema di contabilità analitica, potrà consentire la semplificazione delle procedure amministrative contabili e l'ottimizzazione dei costi di gestione, sarà prevista solo nel corso del 2012. A seguito di ciò, l'adozione di un sistema di controllo di gestione fornirà tutti gli strumenti necessari per poter effettuare un'accurata analisi dell'andamento delle diverse attività dell'Ente, focalizzando così l'attenzione sugli eventuali scostamenti rispetto alle previsioni di produzione e le cause che li hanno determinati.

Un'attività invece che non si è realizzata, è l'incremento dei punti di front office dell'AC Milano presso i territori delle province di Lodi e Monza. In particolare, l'idea era quella di creare delle sedi distaccate dell'AC Milano, dipendenti a livello gerarchico e organizzativo dagli uffici della sede centrale e preposte a fornire chiarimenti e consulenze, promuovere adesioni alle iniziative dell'Ente e delle Società controllate, in

ambito sportivo, culturale e informativo, oltre che a svolgere un'attività di ascolto delle componenti sociali pubbliche e private, per sviluppare nuove forme di sinergia con il territorio. Era stato anche contemplato che queste sedi dovessero fornire inizialmente ai cittadini i servizi non erogabili presso gli studi di consulenza automobilistica affiliati, anche se in una prima fase sarebbe stata solo prevista l'apertura di uffici virtuali con accesso dal nuovo sito ufficiale dell'Automobile Club Milano, per consentire uno scambio di opinioni, di iniziative di sviluppo e un confronto su tematiche e informazioni istituzionali dettagliate per territorio. A causa della congiuntura economica, del numero elevato di risorse umane e finanziarie necessarie e della crisi del settore il progetto è stato al momento accantonato.

Per quanto riguarda le società controllate, nel corso dell'anno sono proseguite le collaborazioni con ACM Services S.p.A., per i servizi legati all'attività di assistenza e consulenza automobilistica e con Acinnova S.r.l., per la realizzazione di progetti sulla mobilità sostenibile e sulla sicurezza stradale. Per promuovere la mobilità sostenibile Acinnova S.r.l. ha continuato a gestire anche nel 2011, per conto di Regione Lombardia, i Bandi finalizzati alla riduzione dell'inquinamento atmosferico e incentivanti la mobilità ambientale. Inoltre, nel corso dell'anno sono stati avviati alcuni progetti tra cui TransportAci Sicuri e l'Osservatorio sulla Mobilità Expo 2015. TransportAci Sicuri, un progetto svolto in collaborazione con l'Ufficio provinciale ACI di Milano, è finalizzato a divulgare l'impiego corretto dei sistemi di ritenuta per bambini piccoli. Nel corso del 2011 sono stati sottoscritti accordi con 2 strutture ospedaliere e sono stati effettuati diversi corsi di sensibilizzazione rivolti alle neo mamme all'interno dei corsi pre - parto degli ospedali. Visti i riscontri positivi registrati nel 2011, l'AC Milano ha deciso di proseguire l'attività anche nel 2012. Per quanto riguarda l'Osservatorio sulla Mobilità Expo 2015 tale progetto ha una duplice finalità, da un lato informare l'utenza sulle molteplici e periodiche variazioni della mobilità per cantieristica stradale ed altri eventi, dall'altro agevolare l'utenza sulla scelta degli itinerari da praticare, sia per motivi di lavoro che per fini turistici e di svago. OME 15 possiede le caratteristiche per divenire uno strumento importante sia per il monitoraggio e le proposte nel campo della mobilità, sia per iniziative legate al tema di fondo di Expo 2015. La presentazione dell'Osservatorio doveva avvenire alla fine del 2011, ma si è presa in considerazione la

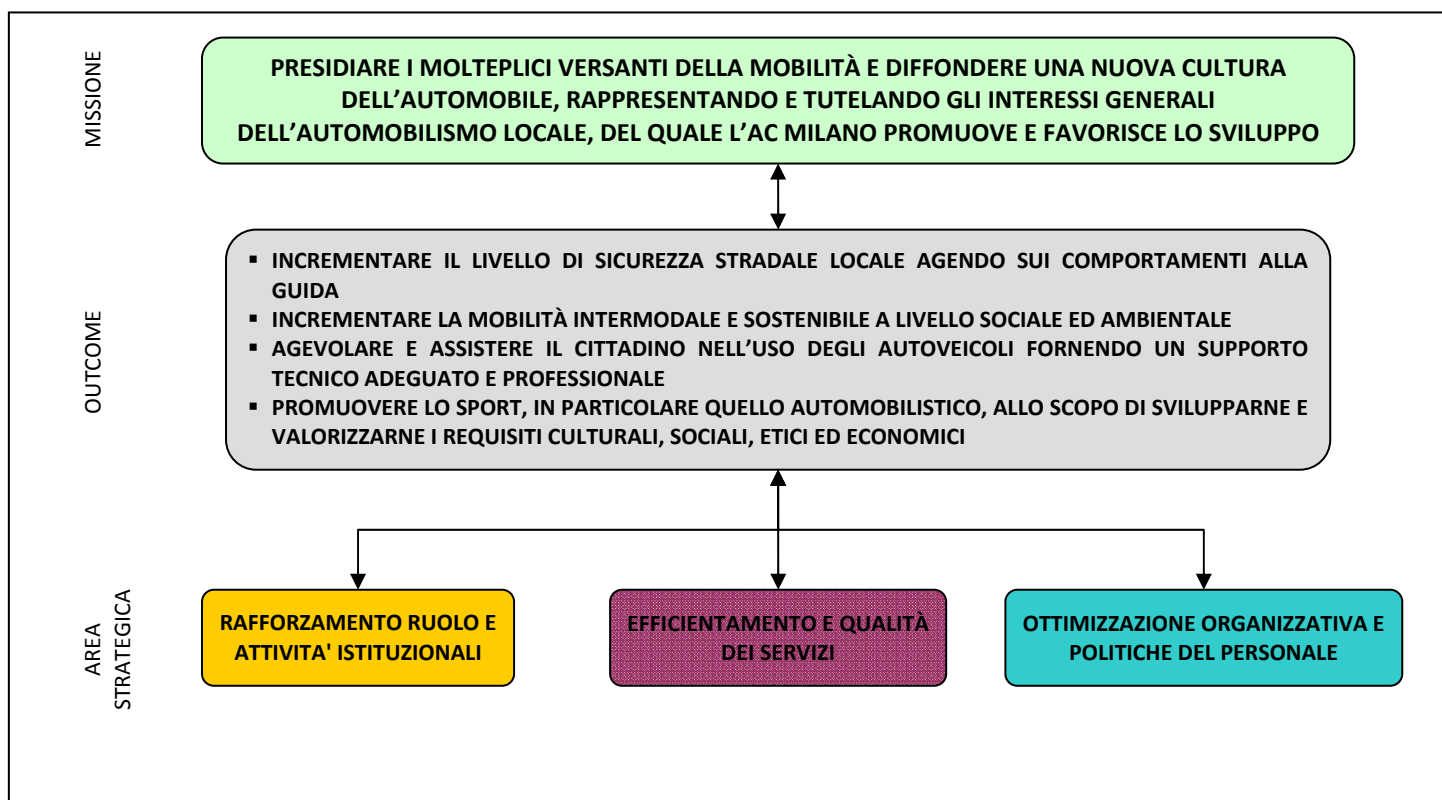
possibilità di posticiparne la divulgazione, in modo da approfondire alcuni aspetti connessi alla continua evoluzione dei progetti ivi contenuti.

In riferimento infine all'ufficio tecnico, nel corso del 2011 è stata pianificata un'attività di adeguamento e ammodernamento degli impianti della rete alla normativa ambientale. Sono state infatti presentate le pratiche per il rilascio delle autorizzazioni all'esecuzione dei lavori edili per l'effettuazione di un sistema di raccolta e smaltimento delle acque meteoriche e per l'adeguamento degli oramai obsoleti serbatoi. Ciò consentirà all'Ente di beneficiare di un incremento di valore del proprio patrimonio, potendosi presentare in futuro ad un'eventuale nuova compagnia petrolifera con degli *assets* significativi ed apprezzabili.

3. Obiettivi: risultati raggiunti e scostamenti

3.1. Albero della *performance*

In coerenza con il proprio mandato istituzionale e la propria missione, l'AC Milano, ha identificato per il triennio 2011–2013 tre aree strategiche e i relativi obiettivi strategici, al fine di perseguire le proprie finalità in considerazione delle linee di indirizzo dell'ACI e del contesto e delle dinamiche economiche, sociali ed ambientali in cui si è trovato ad operare.



La misurazione e valutazione della *performance* organizzativa e individuale dell'AC Milano è stata definita e regolamentata nel Sistema di misurazione e valutazione della *performance* dell'ACI (da ora Sistema); l'AC Milano, infatti, ha aderito, con delibera n° 8/2010 del Consiglio Direttivo, al Sistema.

Tale Sistema disegna il ciclo di pianificazione, programmazione e controllo all'interno del quale è stata prevista la realizzazione del Piano della *performance*; in particolare la pianificazione strategica dell'AC prevede il recepimento delle finalità e degli obiettivi strategici della Federazione e la definizione degli obiettivi strategici di ambito locale. La declinazione delle strategie locali in obiettivi operativi e relative progettualità e indicatori avviene sulla base di *format* predefiniti dall'ACI e sottoposta alla validazione dell'OIV, al fine di verificare la qualità degli indicatori e la coerenza rispetto al Sistema.

Tale processo si è realizzato e si realizzerà tra i mesi di aprile e dicembre di ciascuno anno, per arrivare all'approvazione del Piano della *performance* entro la fine di gennaio dell'anno successivo. Per il piano di *performance* 2011–2013 tale Sistema è stato applicato ma, ferma comunque la regolarità di quanto elaborato, le linee di

indirizzo della Federazione non sono state integrate con le priorità politiche locali, né sono stati sottoposti a valutazione e validazione dell'OIV eventuali obiettivi, indicatori e target dell'AC.

Da ciò ne consegue che gli obiettivi di *performance* organizzativa e individuali dell'AC Milano ai quali si è applicato il procedimento di misurazione e valutazione sono stati esclusivamente quelli definiti dall'ACI centrale. Naturalmente, grazie al sistema di aggiornamento annuale del Piano della *performance*, per il triennio 2012–2014 si è arrivati ad una definizione, misurazione e valutazione anche degli obiettivi locali dell'AC Milano, in quanto, a partire da quest'anno è andato a regime il sistema di pianificazione, programmazione e controllo precedentemente descritto.

Tuttavia, l'AC Milano, ha voluto illustrare già nel piano della *performance* del 2011–2013, la pianificazione strategica e la programmazione delle politiche e progettualità locali, anche se queste rimarranno escluse dal processo di misurazione e valutazione. Ciò al fine di orientare i vertici politici e l'organizzazione alla cultura della misurazione della *performance* e al fine di rendere sostanzialmente coerenti le attività e le iniziative che sono state comunque intraprese a livello locale con gli indirizzi generali.

3.2. Obiettivi strategici

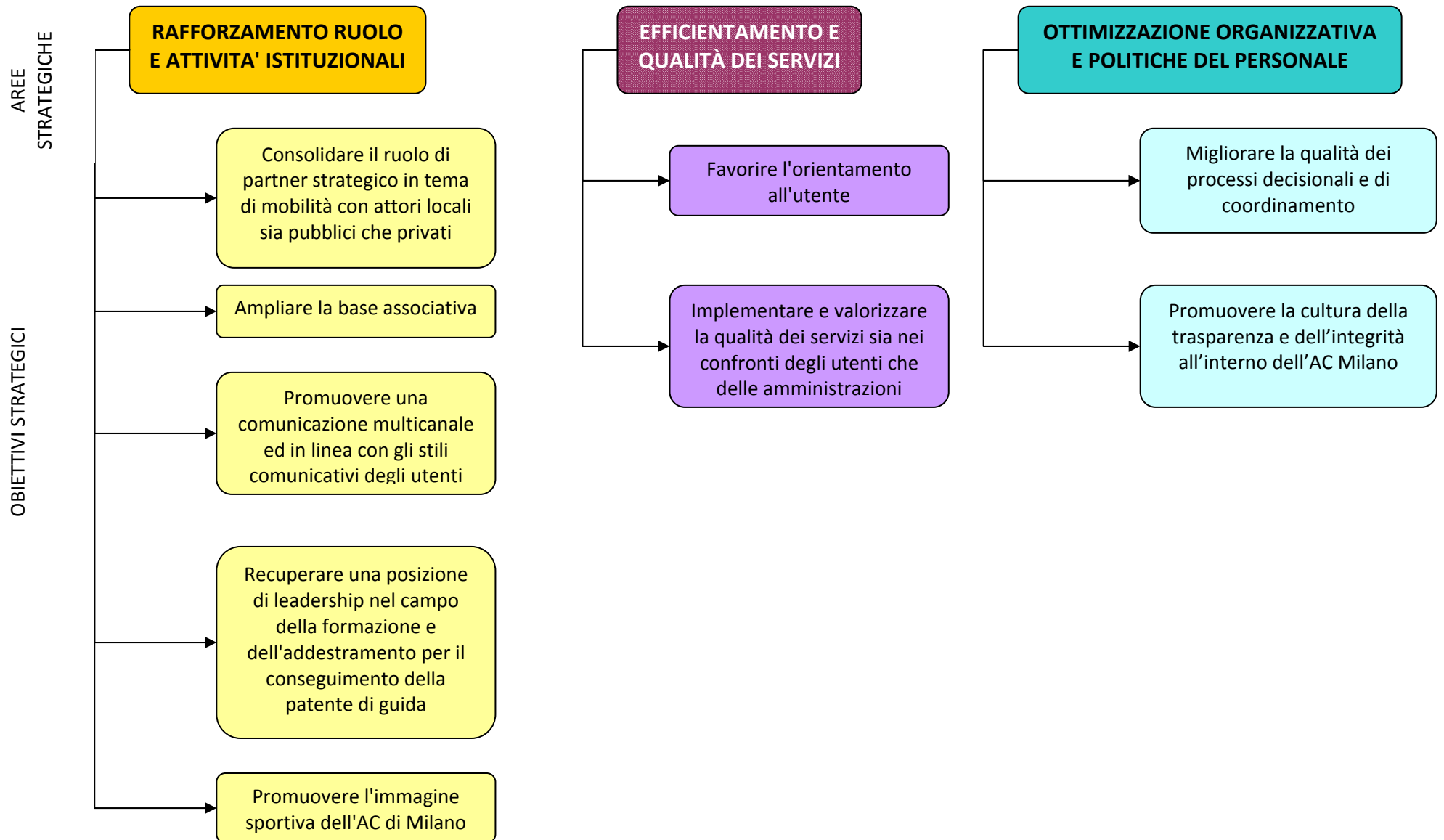
Di seguito si illustra lo schema logico in cui si dà evidenza del legame tra aree strategiche e relativi obiettivi strategici, per cui sono stati identificati i possibili indicatori per la misurazione e la valutazione delle performance dell'Ente.

Tenuto conto che l'AC Milano ha aderito al Sistema dell'ACI centrale e che per il 2011 non è stato possibile integrare nella pianificazione strategica della Federazione le priorità politiche locali, si evidenzia, come già detto nel paragrafo precedente, che per l'anno 2011 gli obiettivi di seguito identificati, relativi alle politiche e ai progetti locali, non sono stati misurati e monitorati dal Sistema, mentre gli obiettivi operativi discendenti dalle strategie di Federazione e di competenza dell'AC Milano, sono stati oggetto di misurazione e valutazione.

Tuttavia l'identificazione degli obiettivi su base locale e la definizione dei possibili indicatori è risultata comunque necessaria per un duplice obiettivo:

- consentire al vertice politico – amministrativo dell'AC Milano di avviare una riflessione strutturata sulle priorità locali, che confluiranno nell'ambito della pianificazione strategica di Federazione secondo i tempi previsti dal Sistema;
- identificare il sistema di indicatori idoneo alla misurazione delle performance organizzative e valutare le azioni e gli investimenti necessari per la loro messa a punto.

Nel piano della performance 2011-2013 il *target* di riferimento relativo agli obiettivi strategici non era stato definito. Pertanto, nelle successive rappresentazioni grafiche, sono stati indicati solo i risultati intermedi ottenuti (*outcome*), in riferimento alla scorsa annualità. Quanto viene richiesto dalla CiVIT n. 5 nel paragrafo 3.2. “Obiettivi strategici” verrà evidenziato, invece, per gli obiettivi operativi dell'Ente che nel 2011 sono coincisi con gli obiettivi individuali del Direttore dell'AC Milano.



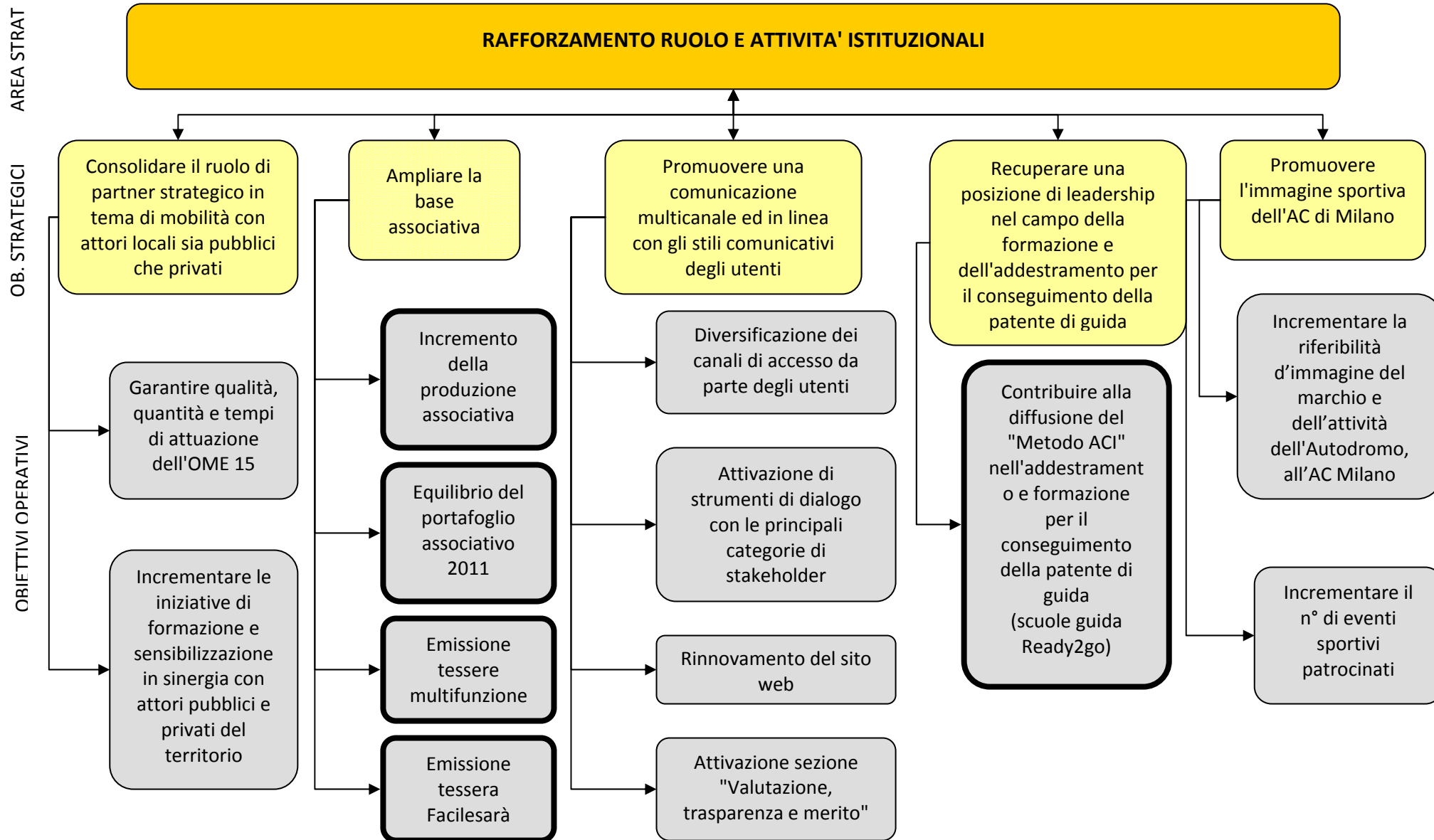
OBIETTIVI STRATEGICI	INDICATORI	OUTCOME
1.1 Consolidare il ruolo di partner strategico in tema di mobilità con attori locali sia pubblici che privati	a) N° di attori pubblici e privati con cui sono stati realizzati o sono in corso partenariati/collaborazioni;	> 30
	b) N° di iniziative territoriali sulla mobilità che hanno coinvolto nel triennio AC Milano come partner di progetto	2 bandi con Regione Lombardia
1.2 Ampliare la base associativa	a) tasso di crescita dei soci (N° di soci 2013 - n° soci 2010/n° di soci 2010)	-7,5 % (SOCI 2011 RISPETTO AI SOCI 2010)
1.3 Promuovere una comunicazione multicanale ed in linea con gli stili comunicativi degli utenti	a) % incremento utenti raggiunti	-
	b) % incremento soggetti coinvolti in processi dialogici	10%
	c) misurazione soddisfazione utenti (scala da 1 a 5)	> 3
1.4 Recuperare una posizione di leadership nel campo della formazione e dell'addestramento per il conseguimento della patente di guida	a) tasso di incremento iscritti ai corsi per il conseguimento della patente di guida;	100%
	b) misurazione della soddisfazione degli utenti (scala da 1 a 5)	4
1.5 Promuovere l'immagine sportiva dell'AC di Milano	a) tasso di incremento di articoli su eventi sportivi in cui si fa riferimento all'AC Milano e/o alla SIAS su riviste specializzate e non	10%
2.1 Favorire l'orientamento all'utente	a) Misurazione del grado di soddisfazione degli utenti dei servizi (scala da 1 a 5)	> 3
2.2 Implementare e valorizzare la qualità dei servizi sia nei confronti degli utenti che delle amministrazioni	a) Misurazione del grado di soddisfazione degli utenti dei servizi (scala da 1 a 5)	> 3
3.1 Migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento	a) n° di argomenti trattati nel giorno/n° delibere adottate	140/10
	b) (gg di ritardo anno x+1 per approvazione documenti di programmazione/rendicontazione - gg di ritardo anno x)/gg di ritardo anno x	-2/61 gg
3.2. Promuovere la cultura della trasparenza e dell'integrità all'interno dell'AC Milano	a) misurazione del grado di conoscenza dei dipendenti sul tema (scala da 1 a 5).	> 3

3.3. Obiettivi e piani operativi

Per ciascuno degli obiettivi strategici, l'AC Milano ha definito degli obiettivi operativi, a loro volta articolati in azioni e indicatori. Inoltre, nell'ambito degli obiettivi strategici definiti, sono stati riallocati anche gli obiettivi operativi, con i relativi indicatori e target, assegnati dall'ACI centrale sulla base delle priorità strategiche di Federazione (negli alberi di *performance* di seguito riportati evidenziati con il bordo in grassetto). Questi obiettivi, come già esplicitato precedentemente, rappresentano gli obiettivi sui quali si è applicato nel 2011 la misurazione e valutazione delle *performance* organizzative e delle *performance* individuali.

Il dettaglio dei programmi e delle attività che concorrono al perseguimento degli obiettivi operativi è riportato di seguito, dove inizialmente viene illustrato il collegamento logico tra obiettivi strategici e obiettivi operativi collegati e, in un secondo momento, si dà evidenza, attraverso una rappresentazione tabellare, alle singole azioni poste in essere per il raggiungimento degli obiettivi stessi e degli indicatori volti alla loro misurazione.

Per gli obiettivi che non rientrano nel Sistema di valutazione abbiamo solo inserito la colonna relativa ai risultati raggiunti. Per quegli obiettivi, invece, che sono stati assegnati dall'ACI centrale, sono stati indicati: la descrizione dell'obiettivo, gli indicatori e il *target* e i risultati raggiunti. Un maggior dettaglio è riportato nella "Scheda monitoraggio finale performance organizzativa dell'Automobile Club Milano" che alleghiamo di seguito.



AREA STRAT.

EFFICIENTAMENTO E QUALITA' DEI SERVIZI

OB. STRATEGICO

Favorire l'orientamento all'utente

Implementare e valorizzare a qualità dei servizi sia nei confronti degli utenti che delle amministrazioni

OBIETTIVI OPERATIVI

Incremento dei punti di front office dell'AC Milano

Adeguamento alle disposizioni contenute nell'articolo 11, comma 5, del d. lg. n. 150 del 2009

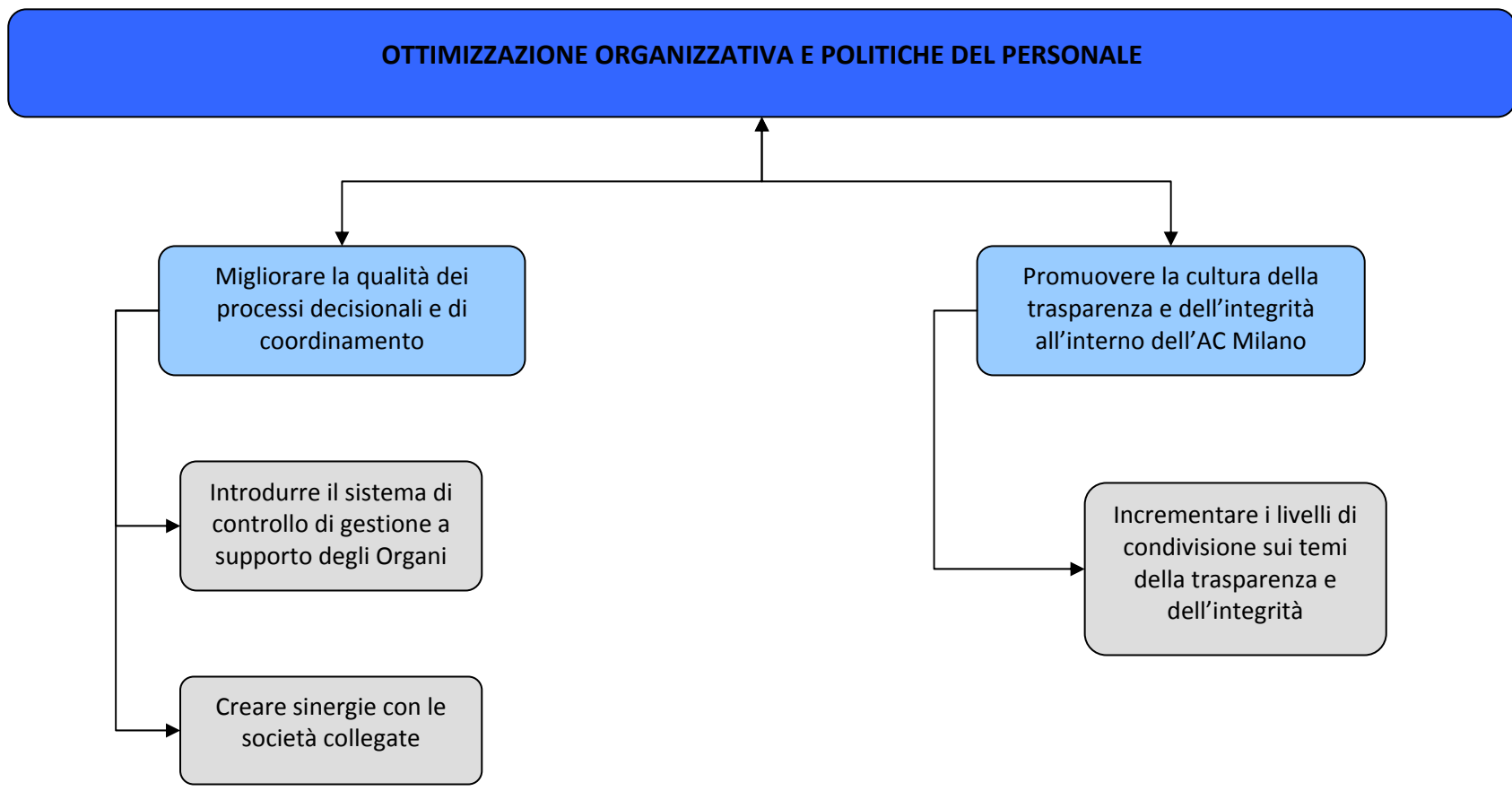
Attuare il sistema di qualità elaborato dalla Direzione Servizi Ispettivi e revisione interna – funzione qualità dell'ACI centrale per migliorare l'erogazione dei servizi

Adeguamento degli impianti di vendita di carburante della rete alla normativa ambientale

AREA STRAT.

OB. STRATEGICO

OBIETTIVI OPERATIVI



Area strategica: RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITA' ISTITUZIONALI

Obiettivo strategico: Consolidare il ruolo di partner strategico in tema di mobilità con attori locali sia pubblici che privati

OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI
Garantire qualità, quantità e tempi di attuazione dell'OME 15	Controllo dello stato di avanzamento del progetti Rilevazione della soddisfazione dei partner del progetto	a) stato avanzamento lavori attività programmate;	I dati sono stati interamente raccolti ma non presentati
		b) n° attività realizzate nell'anno nei tempi definiti/totale delle attività realizzate;	0
		c) Misurazione del grado di soddisfazione dei partner/committenti (scala da 1 a 5)	4
Incrementare le iniziative di formazione e sensibilizzazione in sinergia con attori pubblici e privati del territorio	Ideazione e presentazione di iniziative a soggetti pubblici e privati;	a) n° iniziative attivate nell'anno/n° progetti presentati	6

Obiettivo strategico: Ampliare la base associativa

OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	TARGET 2011	RISULTATI RAGGIUNTI
Incremento della produzione associativa	Azione di stimolo e monitoraggio dei delegati ACI	Produzione tessere 2011	47.031	42.516
Equilibrio del portafoglio associativo 2011	Azione di stimolo e monitoraggio dei delegati ACI	Composizione % della tipologia di tessere di portafoglio	Gold+Sistema >=55% del portafoglio associativo 2011 Club <= 4% del portafoglio associativo 2011	Gold + Sistema = 36.929 (pari al 73,99% dei soci del 2011) Club 698 (pari allo 1,4% dei soci 2011)

Emissione tessere multifunzione	Azione di stimolo e monitoraggio dei delegati ACI	n° tessere multifunzione emesse	4.633	8.381
Emissione tessera Facilesarà	Azione di stimolo e monitoraggio dei delegati ACI	N° tessere Facilesarà prodotte	8.519	9.528 (dato di socio web); 10.226 (dato dal Presidio Facilesarà)
Obiettivo strategico: Promuovere una comunicazione multicanale ed in linea con gli stili comunicativi degli utenti				
OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI	
Diversificazione dei canali di accesso da parte degli utenti	Azioni per l'individuazione e selezione di nuovi canali di accesso in linea con gli stili comunicativi degli utenti; Predisposizione e implementazione del sistema di back office e front office per la gestione dei diversi canali e strumenti di comunicazione	a) n° strumenti di comunicazione attivati per canale (es.: carta, rivista, brochure, etc.; telefono: sms; chiamata; web: mail, newsletter, forum, etc.; front:URP)/n° strumenti di comunicazione attivabili per canale	Il risultato è quasi pari a 0,8. Non è stato possibile attivare l'invio di sms e la creazione di un forum è stata al momento accantonata perché ritenuta non di reale interesse per l'utenza.	
Attivazione di strumenti di dialogo con le principali categorie di stakeholder	Azioni di mappatura e identificazione degli stakeholder da coinvolgere; Azioni per l'individuazione e selezione di strumenti e iniziative di dialogo; Predisposizione e implementazione del sistema di back office e front office per la gestione dei diversi strumenti di comunicazione; Organizzazione e gestione di iniziative di coinvolgimento, anche al fine di promuovere la cultura della trasparenza e dell'integrità attraverso questionari, convegni ed opuscoli che verranno messi a disposizione del pubblico sul sito istituzionale e all'interno dell'URP	a) n° strumenti di comunicazione interattivi attivati (forum, community, blog, etc.)	5 (3 questionari e 2 giornate della trasparenza)	
		b) n° di iniziative di coinvolgimento attivate (focus group, processi consultivi, etc)	Sono state organizzate 2 giornate per la trasparenza.	

Rinnovamento del sito web	Definizione della struttura, contenuti e layout grafico del nuovo sito web; Migrazione delle informazioni sul nuovo sito	a) stato di avanzamento della "migrazione delle informazioni" sul sito ristrutturato	100%	
Attivazione sezione "Valutazione, trasparenza e merito"	Definizione della struttura, contenuti e layout grafico della sezione "Valutazione, trasparenza e merito"; Migrazione delle informazioni nella sezione;	a) si/no;	si	
		b) misurazione soddisfazione utenti (scala da 1 a 5)	3	
Obiettivo strategico: Recuperare una posizione di leadership nel campo della formazione e dell'addestramento per il conseguimento della patente di guida				
OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	TARGET 2011	RISULTATI RAGGIUNTI
Contribuire alla diffusione del "Metodo ACI" nell'addestramento e formazione per il conseguimento della patente di guida (scuole guida Ready2go)	Promozione dell'adesione al network di scuole guida a marchio ACI;	a) N° contratti acquisiti	5 contratti	6 contratti
Obiettivo strategico: Promuovere l'immagine sportiva dell'AC Milano				
OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI	
Incrementare la riferibilità d'immagine del marchio e dell'attività dell'Autodromo, all'Automobile Club Milano	Azioni di comunicazione volte a favorire la riconducibilità delle manifestazioni sportive all'Automobile Club Milano	a) incremento azioni di comunicazione istituzionale (comunicati stampa; conferenze; etc...)	10%	

Incrementare il n° di eventi sportivi patrocinati	<p>Patrocinio alla Coppa "Milano Sanremo", organizzata in edizione speciale celebrativa dei 150 anni dell'Unità d'Italia, che si terrà dall'11 al 13 marzo 2011.</p> <p>Valutazione dell'opportunità di promuovere e patrocinare anche altre competizioni di cui l'Ente è titolare del marchio.</p>	a) n° di nuovi eventi sportivi patrocinati/totale eventi sportivi patrocinati	3
---	---	---	---

Area strategica: EFFICIENTAMENTO E QUALITÀ DEI SERVIZI

Obiettivo strategico: Favorire l'orientamento all'utente

OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI
Incremento dei punti di front office dell'AC di Milano	Studio di fattibilità di uffici virtuali con accesso dal nuovo sito ufficiale dell'ACI Milano; Progettazione della localizzazione di alcuni uffici di sede presso il territorio delle province di Lodi e Monza	a) n° nuove sedi territoriali create	1 (Via Novara, Milano). Il progetto su Lodi e Monza è stato accantonato
		b) attivazione ufficio virtuali (si/no)	no
Adeguamento alle disposizioni contenute nell'articolo 11, comma 5, del d. lg. N. 150 del 2009,	Istituzione della casella di posta certificata (PEC) per ciascun registro di protocollo	a) si/no	si
		b) n° comunicazione tramite PEC per ciascun registro di protocollo/ n° comunicazioni totali per ciascun registro di protocollo	406/3313

Obiettivo strategico: Implementare e valorizzare la qualità dei servizi sia nei confronti degli utenti che delle amministrazioni

OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI
Attuare il sistema di qualità elaborato dalla Direzione Servizi Ispettivi e revisione interna - funzione qualità dell'ACI centrale per migliorare l'erogazione dei servizi	Implementazione del sistema di misurazione della qualità predisposto dalla Direzione	a) % stato di avanzamento di applicazione del sistema	L'attività è stata rimandata al 2012
Adeguamento degli impianti di vendita di carburante della rete alla normativa ambientale	Pianificazione e realizzazione di interventi di sistemazione	a) si/no	si

Area strategica: OTTIMIZZAZIONE ORGANIZZATIVA E POLITICHE DEL PERSONALE

Obiettivo strategico: migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento

OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI
Introdurre la funzione di controllo di gestione a supporto degli Organi	Adozione di un sistema di controllo di gestione in grado di indirizzare il comportamento degli Uffici preposti verso il conseguimento degli obiettivi individuati dal Consiglio Direttivo	a) si/no	L'attività è stata rimandata al 2012
Creare sinergie con le società collegate	Identificare possibili ambiti di collaborazione con le S.C. al fine di recuperare efficienza ed efficacia	a) misurazione del grado di soddisfazione del cliente interno anche in relazione alla soddisfazione dell'utenza (scala da 1 a 5)	3
OBIETTIVI OPERATIVI	AZIONI/ATTIVITA' OPERATIVE	INDICATORI	RISULTATI RAGGIUNTI
Incrementare i livelli di condivisione sui temi della trasparenza e dell'integrità	Realizzazione di una community a cui potranno accedere i funzionari della sede di Milano e delle società collegate per la condivisione delle tematiche e lo scambio di buone prassi e informazioni. La community sarà on line e facilmente accessibile all'interno di una intranet dedicata.	a) attivazione community entro fine 2011 (si/no)	no
		b) N° di utenti registrati/ n° funzionari totali	-
		c) Misurazione del grado di soddisfazione degli utenti (scala da 1 a 5)	-
		d) n° di log-in mensili	-

SCHEDA MONITORAGGIO FINALE ANNO 2011 - PERFORMANCE ORGANIZZATIVA DELL'AUTOMOBILE CLUB MILANO - ALLEGATO F4/AC

1) OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA LEGATA ALLA PROGETTUALITÀ								PESO 1)
								25%
MISSIONE	PRIORITÀ POLITICA	AREA STRATEGICA	ATTIVITÀ	INDICATORI	TARGET ANNUALE ASSEGNATO	TARGET FINALE	PESO	
INCREMENTARE IL LIVELLO DI SICUREZZA STRADALE LOCALE AGENDO SUI COMPORTAMENTI ALLA GUIDA	RECUPERARE UNA POSIZIONE DI LEADERSHIP NEL CAMPO DELLA FORMAZIONE E DELL'ADDESTRAMENTO PER IL CONSEGUIMENTO DELLA PATENTE DI GUIDA	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITÀ ISTITUZIONALI	PROMUOVERE L'ADESIONE ALLE SCUOLE GUIDA READY2GO	N° CONTRATTI ACQUISITI	5	6	100%	
								100%
2) OBIETTIVI DI PERFORMANCE ORGANIZZATIVA LEGATI AI PIANI DI MIGLIORAMENTO GESTIONALI								PESO 2)
								75%
MISSIONE	PRIORITÀ POLITICA	AREA STRATEGICA	ATTIVITÀ	INDICATORI	TARGET ANNUALE ASSEGNATO	TARGET FINALE	PESO	
AGEVOLARE E ASSISTERE IL CITTADINO NELL'USO DEGLI AUTOVEICOLI FORNENDO UN SUPPORTO TECNICO ADEGUATO E PROFESSIONALE	AMPLIARE LA BASE ASSOCIATIVA	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITÀ ISTITUZIONALI	INCREMENTO DELLA PRODUZIONE ASSOCIATIVA	N° TESSERE PRODOTTE NEL 2011	47.031	42.516	40,00%	
	AMPLIARE LA BASE ASSOCIATIVA	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITÀ ISTITUZIONALI	EQUILIBRIO DEL PORTAFOGLIO ASSOCIATIVO 2011	COMPOSIZIONE % DELLA TIPOLOGIA DI TESSERE DI PORTAFOGLIO	Gold+Sistema >=55% del portafoglio associativo 2011 Club <= 4% del portafoglio associativo 2011	Gold + Sistema = 36.929 (pari al 73,99% dei soci del 2011) Club 698 (pari allo 1,4% dei soci 2011)	13,33%	
	AMPLIARE LA BASE ASSOCIATIVA	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITÀ ISTITUZIONALI	EMISSIONE TESSERE MULTIFUNZIONE	N° TESSERE MULTIFUNZIONE EMESSE	4.633	8.381	20,00%	
	AMPLIARE LA BASE ASSOCIATIVA	RAFFORZAMENTO RUOLO E ATTIVITÀ ISTITUZIONALI	EMISSIONE TESSERA FACILESARÀ SARA	N° TESSERE FACILESARÀ PRODOTTE	8.519	9.528 (dato di socio web); 10.226 (dato dal Presidio Facilesarà)	13,33%	
	FAVORIRE UN USO EFFICIENTE DELLE RISORSE	EFFICIENTAMENTO E QUALITÀ DEI SERVIZI	INCREMENTO DEL RISULTATO OPERATIVO LORDO (DIFFERENZA TRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE)	% DI SCOSTAMENTO TRA ROL DELL'ESERCIZIO 2011 RISPETTO ALLA MEDIA DEL MEDESIMO DEGLI ULTIMI 3 ESERCIZI	> 0 = 10%	- 88,36%	13,33%	
TOTALE							100,00%	
TOTALE 1) E 2)								PESO TOTALE 1) + 2)
								100%

Per quanto concerne, invece, la promozione della cultura della trasparenza e dell'integrità nei confronti dei cittadini e degli *stakeholder* coinvolti nelle attività istituzionali, l'AC Milano ha attivato forme di comunicazione e coinvolgimento attraverso questionari e opuscoli messi a disposizione del pubblico sul sito istituzionale, all'interno dell'URP, nonché attraverso questionari inviati via mail ai soci.

Nella scheda seguente, sono evidenziati i risultati raggiunti nel piano di azione adottato dall'Ente in materia di trasparenza e accolto nel Piano della *performance* dell'Automobile Club.

PIANO DI AZIONE N. 10							
DENOMINAZIONE	Azioni per la Trasparenza						
FINALITÀ	Migliorare l'accessibilità delle informazioni per tutte le categorie di stakeholder e diffondere all'interno dell'organizzazione la cultura dell'integrità						
RESPONSABILE	Direzione						
DIREZIONI E STRUTTURE COINVOLTE	UU.OO.: Comunicazione Istituzionale; Società collegate: Acinnova s.r.l.; ACI Informatica s.p.a.						
OBIETTIVO OPERATIVO	<p>Attivazione sezione "Valutazione, trasparenza e merito"</p> <p><i>Descrizione</i> Adeguamento alle disposizione contenute nell'articolo 11, comma 8, del dlgs. n. 150 del 2009</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #ffff00;">INDICATORE</td> <td>si/no: SI'</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ffff00;">INDICATORE</td> <td>Misurazione soddisfazione utenti (scala da 1 a 5): 3</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ffff00;">AZIONI</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Definizione della struttura, contenuti e layout grafico della sezione "Valutazione, trasparenza e merito" ✓ Migrazione delle informazioni nella sezione </td> </tr> </table>	INDICATORE	si/no: SI'	INDICATORE	Misurazione soddisfazione utenti (scala da 1 a 5): 3	AZIONI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definizione della struttura, contenuti e layout grafico della sezione "Valutazione, trasparenza e merito" ✓ Migrazione delle informazioni nella sezione
INDICATORE	si/no: SI'						
INDICATORE	Misurazione soddisfazione utenti (scala da 1 a 5): 3						
AZIONI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Definizione della struttura, contenuti e layout grafico della sezione "Valutazione, trasparenza e merito" ✓ Migrazione delle informazioni nella sezione 						
OBIETTIVO OPERATIVO	<p>Adeguamento alle disposizione contenute nell'articolo 11, comma 5, del dlgs n. 150 del 2009</p> <p><i>Descrizione</i> Istituzione della Posta Elettronica Certificata (PEC)</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #ffff00;">INDICATORE</td> <td>si/no: SI'</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ffff00;">INDICATORE</td> <td>n° comunicazione tramite PEC per ciascun registro di protocollo/ n° comunicazioni totali per ciascun registro di protocollo: 406/3313</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #ffff00;">AZIONI</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Istituzione della casella di posta certificata (PEC) per ciascun registro di protocollo </td> </tr> </table>	INDICATORE	si/no: SI'	INDICATORE	n° comunicazione tramite PEC per ciascun registro di protocollo/ n° comunicazioni totali per ciascun registro di protocollo: 406/3313	AZIONI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Istituzione della casella di posta certificata (PEC) per ciascun registro di protocollo
INDICATORE	si/no: SI'						
INDICATORE	n° comunicazione tramite PEC per ciascun registro di protocollo/ n° comunicazioni totali per ciascun registro di protocollo: 406/3313						
AZIONI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Istituzione della casella di posta certificata (PEC) per ciascun registro di protocollo 						

	Attivazione di strumenti di dialogo con le principali categorie di stakeholder	
	<i>Descrizione</i> Implementare un sistema di relazioni bidirezionali con i soggetti interessati alle attività dell'AC Milano e con quelli in grado di influenzarle al fine di favorire la massima trasparenza	
	INDICATORE	n° strumenti di comunicazione interattivi attivati: newsletter, questionari via mail, questionari cartacei, rivista sociale "Autoclub&Via!", sito web, giornate della trasparenza.
	INDICATORE	n° di iniziative di coinvolgimento attivate: 11
	AZIONI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Azioni di mappatura e identificazione degli stakeholder da coinvolgere sul tema della trasparenza ✓ Azioni per l'individuazione e selezione di strumenti e iniziative di dialogo sul tema della trasparenza ✓ Predisposizione e implementazione del sistema di back office e front office per la gestione dei diversi strumenti di comunicazione da utilizzare nell'ambito della trasparenza ✓ Organizzazione e gestione di iniziative di coinvolgimento, anche al fine di promuovere la cultura della trasparenza e dell'integrità attraverso questionari, convegni, opuscoli che verranno messi a disposizione del pubblico sul sito istituzionale e all'interno dell'URP.

Per presentare il Piano della *performance* ed il Programma triennale della trasparenza l'AC Milano ha organizzato delle iniziative (c.d. "giornate della trasparenza") aperte alle associazioni di consumatori o utenti, ai centri di ricerca e a ogni altro osservatore qualificato, in linea con quanto disposto dall'articolo 11, comma 6, del d.lgs. n. 150 del 2009.

L'Automobile Club Milano è organizzatore e promotore di competizioni motoristiche all'Autodromo di Monza, che ha fatto costruire nel 1922 e che da allora gestisce attraverso la SIAS S.p.A. (Società Incremento Automobilismo e Sport), società federata all'Automobile Club d'Italia. Dal momento che l'immagine dell'Ente è ottimamente rappresentata dall'Autodromo di Monza, il Programma triennale della trasparenza ha individuato nel suddetto autodromo il luogo più idoneo per l'organizzazione della prima Giornata della Trasparenza.

L'evento, concomitante con il Gran Premio di Monza, è stato l'occasione per illustrare il Piano della *performance* e il Programma triennale della trasparenza dell'Ente e raccogliere i primi feed-back su eventuali miglioramenti ed implementazioni.

All'incontro hanno presenziato 19 associazioni dei consumatori lombardi, riunite e rappresentate dal Comitato per la tutela dei diritti dei consumatori. Per l'occasione sono intervenuti il vicepresidente del Comitato, nonché presidente di A.D.O.C. (Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori) e un docente del Politecnico di Milano ed ex amministratore dell'Agenzia Mobilità e Ambiente del Comune di Milano.

La seconda Giornata della Trasparenza, invece, è stato organizzato in occasione del Monza Rally Show, la classica manifestazione di chiusura della stagione agonistica dell'Autodromo di Monza, che si è svolta nel mese di novembre. L'evento si è tenuto con la collaborazione della Polizia Locale di Milano ed è stata l'occasione per illustrare agli *stakeholder*, ai soci, agli sportivi e alle persone interessate, il Piano delle Attività dell'Automobile Club Milano in programmazione per l'anno 2012 e i servizi offerti dall'Ente.

3.4. Obiettivi individuali

Nel contesto delineato dal Decreto Legislativo n. 150 del 2009 - c.d. "Riforma Brunetta" - e alla luce del "Piano triennale della Performance" deliberato dal Consiglio Direttivo, gli obiettivi del personale dipendente sono stati articolati in funzione delle diverse aree operative dell'Ente, in modo da consentire l'adozione di un sistema di valutazione e monitoraggio anche dello specifico apporto individuale.

Il Contratto Collettivo Integrativo, in armonia con le disposizioni legislative e le indicazioni della CiVIT, ha definito in modo chiaro e univoco obiettivi, indicatori e target, allontanandosi in modo netto da qualsiasi logica di distribuzione su base automatica degli incentivi collegati alla performance, pur non trovando applicazione - per espressa volontà del legislatore - l'art. 19 Decreto Legislativo n. 150 del 2009 (numero di dipendenti in servizio minore di 15).

Nel dettaglio, per ciascuna area dell'Ente sono stati individuati progetti specifici e, per altro verso, obiettivi operativi, prioritariamente destinati a promuovere reali miglioramenti sia in termini di qualità dei servizi offerti sia in termini di incremento dell'efficacia dell'azione complessiva dell'Ente, nel quadro delle strategie operative delineate nel Piano delle Performance.

A. I progetti specifici hanno una natura strumentale rispetto agli obiettivi strategici contenuti nel Piano delle Performance e, realizzati nel corso dell'anno, sono stati oggetto di specifica valutazione e verifica "a consuntivo".

AREA	INQUADRAMENTO PERSONALE INTERESSATO	PROGETTO	OBIETTIVO STRATEGICO
Servizio Attività Associative	Personale dipendente appartenente alle aree C e A	Monitoraggio e analisi della compagine associativa che evidenzia le componenti della stessa (sesso, età, polarizzazione territoriale, ecc.)	Ampliare la base associativa
Servizio Assistenza/Delegazioni	Personale dipendente appartenente alla area C	Analisi della rete di vendita mediante la predisposizione di schede per la rilevazione degli indicatori di qualità ed individuazione di fattori di georeferenziazione utili a determinare nuovi criteri di indicizzazione del canone previsto nei contratti di affiliazione.	Ampliare la base associativa Implementare e valorizzare la qualità dei servizi sia nei confronti degli utenti che delle amministrazioni
Servizio Amministrazione	Personale dipendente appartenente alle aree C e B	Riclassificazione dei conti per il passaggio dalla contabilità finanziaria alla contabilità economica con l'adozione del nuovo programma di contabilità generale ed analitica. Prima analisi dei parametri necessari per l'implementazione del sistema di contabilità analitica al fine di avviare il controllo di gestione.	Migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento

<p>Servizio Segreteria Personale Affari Generali</p>	<p>Personale dipendente appartenente alle aree C e B</p>	<p>Analisi dei fabbisogni formativi e conseguente programmazione di un piano delle attività formative, che tenga conto anche degli obiettivi programmatici dell'Amministrazione.</p>	<p>Migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento Implementare e valorizzare la qualità dei servizi sia nei confronti degli utenti che delle amministrazioni</p>
--	--	--	---

Tabella 3 - Progetti d'Area

B. Gli obiettivi operativi si collocano nella più ampia prospettiva individuata dagli obiettivi strategici rappresentati nel Piano delle Performance dell'Ente. In questo senso, in coerenza con il "Sistema di programmazione, misurazione e valutazione delle performance" adottato dall'Ente, a ciascuna attività corrisponde un indicatore, un target e un risultato.

Il sistema premiante così delineato, finalizzato in modo inequivoco a ottimizzare la produttività degli uffici, è stato oggetto di specifica discussione con gli *stakeholder* interni, ossia i rappresentanti sindacali e il personale nel suo complesso, con particolare riferimento ai funzionari apicali dell'Ente.

La logica adottata, infatti, mira ad individuare obiettivi che siano condivisi, in modo che gli orizzonti operativi dell'Ente e dell'ufficio coincidano con gli obiettivi personali ed individuali dei dipendenti. In questo senso, il costante confronto tra la pluralità di soggetti interessati ha permesso di mettere a punto un sistema di obiettivi definiti con chiarezza e considerati realizzabili, in modo da attribuire loro una reale efficacia incentivante.

SERVIZIO ATTIVITA' ASSOCIATIVE					
Personale dipendente appartenente alle aree C e A					
OBIETTIVO STRATEGICO	ATTIVITA'	PESO	INDICATORE	TARGET	RISULTATO
Ampliare la base associativa	Supporto tecnico, operativo e commerciale alle delegazioni, Assistenza ai soci e agli utenti	60%	Numero di interventi richiesti/numero di risposte fornite in tempo utile (il tempo dipende dalla natura dell'intervento)	90%	95%
Favorire l'orientamento all'utente e Promuovere una comunicazione multicanale ed in linea con gli stili comunicativi degli utenti	Migrazione dal vecchio al nuovo sito web	20%	Stato di avanzamento dell'attività di migrazione delle informazioni sul nuovo sito	100%	100%
Favorire l'orientamento all'utente e Promuovere una comunicazione multicanale ed in linea con gli stili comunicativi degli utenti	Manutenzione sito web	20%	Tempo medio di adempimento della richiesta di modifica o inserimento	3 giorni	2 giorni

Tabella 4 - Servizio Attività Associative

SERVIZIO ASSISTENZA AUTOMOBILISTICA E DELEGAZIONI					
Personale dipendente appartenente alle aree C e B					
OBIETTIVO STRATEGICO	ATTIVITA'	PESO	INDICATORE	TARGET	RISULTATO
Implementare e valorizzare la qualità dei servizi sia nei confronti degli utenti che delle amministrazioni	Consulenza tecnica e giuridica alle delegazioni	30%	Numero di interventi richiesti/numero di risposte fornite in tempo utile (il tempo dipende dalla natura dell'intervento)	90%	98%
Promuovere la cultura della trasparenza e dell'integrità all'interno dell'AC Milano	Applicazione della normativa sulla tracciabilità dei flussi finanziari	40%	Numero di CIG da richiedere/numero di CIG richiesti	100%	100%
Recuperare una posizione di leadership nel campo della formazione e dell'addestramento per il conseguimento della patente di guida	Adempimenti attivazione scuola guida "Ready to go"	30%	Numero adempimenti richiesti per l'attivazione della scuola guida/Numero adempimenti effettua	100%	100%

Tabella 5 - Servizio Assistenza Automobilistica e Delegazioni

SERVIZIO AMMINISTRAZIONE					
Personale dipendente appartenente alle aree C e B					
OBIETTIVO STRATEGICO	ATTIVITA'	PESO	INDICATORE	TARGET	RISULTATO
Migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento	Trasmissione fatture, documenti e dati contabili e amministrativi entro 5 giorni	50%	Numero documenti e dati da trasmettere/numero documenti e dati trasmessi	100%	100%

Promuovere la cultura della trasparenza e dell'integrità all'interno dell'AC Milano	Adempimenti fiscali , amministrativi e contabili	50%	Numero adempimenti effettuati in modo corretto e tempestivo secondo la normativa vigente	100%	100%
---	--	-----	--	------	------

Tabella 6 - Servizio Amministrazione

SERVIZIO SEGRETERIA-PERSONALE-AFFARI GENERALI					
Personale dipendente appartenente alle aree C e B					
OBIETTIVO STRATEGICO	ATTIVITA'	PESO	INDICATORE	TARGET	RISULTATO
Migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento	Adempimenti di segreteria	50%	Numero di documenti redatti (lettere, verbali etc.) richiesti dalla Direzione/Numero di adempimenti nei tempi richiesti	100%	100%
Migliorare la qualità dei processi decisionali e di coordinamento	Esecuzione degli adempimenti previsti dalla normativa per la gestione del personale	50%	Numero adempimenti effettuati in modo corretto e tempestivo secondo la normativa vigente / Numero di adempimenti da effettuare	100%	100%

Tabella 7 - Servizio Segreteria Personale Affari Generali

In attesa della validazione della presente Relazione da parte dell'OIV, la corresponsione del fondo previsto per i "progetti" non è ancora avvenuta mentre, previa valutazione del grado di realizzazione, è stato corrisposto il 66% del fondo previsto per gli "obiettivi operativi".

L'erogazione degli importi avviene in conformità al concreto contributo partecipativo di ciascun dipendente, sulla base della effettiva presenza in servizio e sulla base di coefficienti di merito partecipativo riportati nel Contratto Collettivo Integrativo.

La valutazione individuale, nel corso di questo primo anno, ha posto l'accento su eventuali inadeguatezze del merito partecipativo, testimoniate dalla presenza di situazioni isolatamente o cumulativamente prese:

- errori nello svolgimento dell'attività lavorativa;

- discontinuità dell'apporto individuale non legata a motivi di salute o a difficoltà oggettive;
- indisponibilità ad adattare e flessibilizzare la propria azione alle sollecitazioni ambientali e/o alla domanda dell'utenza al di là dell'eventuale rigidità dei processi;
- difficoltà di attivare e sviluppare all'interno rapporti interpersonali in funzione delle necessità lavorative ed all'esterno di mantenere attiva la comunicazione in termini di soddisfazione delle attese degli utenti.

Al riguardo, è da segnalare che, nel corso del 2011, non c'è stata alcuna contestazione né alcun provvedimento negativo conseguente.

4. Risorse, efficienza ed economicità

Il *budget* dell'esercizio 2011 ha subito delle rimodulazioni migliorative alla luce dell'andamento gestionale delineatosi. I dati a consuntivo, esposti nelle tabelle sottostanti, sono lo specchio, tuttavia, della situazione di crisi del settore di attività tipico dell'Automobile Club e di alcune sue controllate.

Il contenimento dei costi, seppur strenuamente perseguito, non ha potuto contrastare la contrazione dei ricavi rispetto all'anno precedente, poiché i costi fissi di struttura non possono essere ridotti con la stessa velocità con cui si riducono le entrate.

AUTOMOBILE CLUB MILANO CONTO ECONOMICO	Consuntivo Esercizio 2011 (A)	Consuntivo Esercizio 2010 (B)
A - VALORE DELLA PRODUZIONE		
1) Ricavi delle vendite e delle prestazioni	4.751.026,29	5.486.832,00
2) Variazione rimanenze prodotti in corso di lavor., semilavorati e finiti	0,00	0,00
3) Variazione dei lavori in corso su ordinazione	0,00	0,00
4) Incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	0,00	0,00
5) Altri ricavi e proventi	2.154.892,43	2.654.479,00
TOTALE VALORE DELLA PRODUZIONE (A)	6.905.918,72	8.141.311,00
B - COSTI DELLA PRODUZIONE		
6) Acquisti materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	3.978,39	11.808,00
7) Spese per prestazioni di servizi	4.214.131,33	4.486.307,00
8) Spese per godimento di beni di terzi	1.674.087,00	1.649.077,00
9) Costi del personale	448.447,69	776.291,00
10) Ammortamenti e svalutazioni	40.360,38	56.249,00
11) Variazioni rimanenze materie prime, sussid., di consumo e merci	-23.907,77	27.489,00

12) Accantonamenti per rischi	0,00	198.285,00
13) Altri accantonamenti	0,00	15.734,00
14) Oneri diversi di gestione	473.851,15	447.005,00
TOTALE COSTI DELLA PRODUZIONE (B)	6.830.948,17	7.668.245,00
DIFFERENZA FRA VALORE E COSTI DELLA PRODUZIONE (A-B)	74.970,55	473.066,00
C - PROVENTI E ONERI FINANZIARI		
15) Proventi da partecipazioni	180.000,00	0,00
16) Altri proventi finanziari	17.151,09	11.511,00
17) Interessi e altri oneri finanziari:	30,00	149,00
17)- bis Utili e perdite su cambi	0,00	0,00
TOTALE PROVENTI E ONERI FINANZIARI (15+16-17+/-17bis)	197.121,09	11.362,00
D - RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE		
18) Rivalutazioni	0,00	0,00
19) Svalutazioni	165.254,00	115.440,00
TOTALE RETTIFICHE DI VALORE DI ATTIVITA' FINANZIARIE (18-19)	-165.254,00	-115.440,00
E - PROVENTI E ONERI STRAORDINARI		
20) Proventi Straordinari	8.116,00	0,00
21) Oneri Straordinari	15.428,90	0,00
TOTALE PROVENTI E ONERI STRAORDINARI (20-21)	-7.312,90	0,00
RISULTATO PRIMA DELLE IMPOSTE (A-B+/-C+/-D+/-E)	99.524,74	368.988,00
22) Imposte sul reddito dell'esercizio	49.092,12	268.544,00
UTILE D'ESERCIZIO	50.432,62	100.444,00

STATO PATRIMONIALE	Consuntivo Esercizio 2011	Consuntivo Esercizio 2010
SPA - ATTIVO		
SPA.B - IMMOBILIZZAZIONI		
SPA.B_I - Immobilizzazioni Immateriali		
01) Costi di impianto e di ampliamento	0,00	0,00
02) Costi di ricerca, di sviluppo e di pubblicità	0,00	0,00
03) Diritti brevetto ind.le e utilizz. opere dell'ingegno	0,00	0,00
04) Concessioni, licenze, marchi e diritti simili	9.441,85	7.903,03
05) Avviamento	0,00	0,00
06) Immobilizzazioni in corso ed acconti	0,00	0,00
07) Altre	10.200,00	13.600,00
Totale SPA.B_I - Immobilizzazioni Immateriali	19.641,85	21.503,03
SPA.B_II - Immobilizzazioni Materiali		

01) Terreni e fabbricati	0,00	0,00
02) Impianti e macchinario	87.655,35	116.546,86
03) Attrezzature industriali e commerciali	0,00	0,00
04) Altri beni	25.029,46	26.877,87
05) Immobilizzazioni in corso ed acconti	0,00	0,00
Totale SPA.B_II - Immobilizzazioni Materiali	112.684,81	143.424,73
SPA.B_III - Immobilizzazioni Finanziarie		
01) Partecipazioni in:	3.882.816,02	3.854.624,02
a. imprese controllate	3.822.830,58	3.794.638,58
b. imprese collegate	59.985,44	59.985,44
02) Crediti:	8.229,77	13.845,32
a. verso imprese controllate	0,00	0,00
b. verso imprese collegate	0,00	0,00
c. verso controllanti	0,00	0,00
d. verso altri	8.229,77	13.845,32
03) Altri titoli	134.793,51	134.704,33
Totale SPA.B_III - Immobilizzazioni Finanziarie	4.025.839,30	4.003.173,67
Totale SPA.B - IMMOBILIZZAZIONI	4.158.165,96	4.168.101,43
SPA.C - ATTIVO CIRCOLANTE		
SPA.C_I - Rimanenze		
01) Materie prime, sussidiarie e di consumo	0,00	0,00
02) Prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	0,00	0,00
04) Prodotti finiti e merci	76.092,69	52.184,92
05) Acconti	0,00	0,00
Totale SPA.C_I - Rimanenze	76.092,69	52.184,92
SPA.C_II - Crediti		
01) verso clienti	3.293.844,66	3.101.040,46
02) verso imprese controllate	350.000,00	350.000,00
03) verso imprese collegate	0,00	0,00
04-bis) crediti tributari	219.376,38	195.903,34
04-ter) imposte anticipate	0,00	0,00
05) verso altri	290.326,00	699,00
Totale SPA.C_II - Crediti	4.153.547,04	3.647.642,80
SPA.C_III - Attività Finanziarie		
01) Partecipazioni in imprese controllate	0,00	0,00
02) Partecipazioni in imprese collegate	0,00	0,00
04) Altre partecipazioni	0,00	0,00
06) Altri titoli	0,00	0,00
Totale SPA.C_III - Attività Finanziarie	0,00	0,00
SPA.C_IV - Disponibilità Liquide		
01) Depositi bancari e postali	444.839,47	1.407.454,39
02) Assegni	0,00	0,00
03) Denaro e valori in cassa	297,43	0,00
Totale SPA.C_IV - Disponibilità Liquide	445.136,90	1.407.454,39
Totale SPA.C - ATTIVO CIRCOLANTE	4.674.776,63	5.107.282,11
SPA.D - RATEI E RISCONTI		
a) Ratei Attivi	0,00	0,00
b) Risconti Attivi	926.024,82	809.860,51
Totale SPA.D - RATEI E RISCONTI	926.024,82	809.860,51
Totale SPA - ATTIVO	9.734.823,16	10.085.244,05
SPP - PASSIVO		
SPP.A - PATRIMONIO NETTO		

I) Riserve	654,99	654,99
II) Utili (perdite) portati a nuovo	6.127.812,18	6.027.368,26
III) Utile (perdita) dell'esercizio	50.432,62	100.443,92
Totale SPP.A - PATRIMONIO NETTO	6.178.899,79	6.128.467,17
SPP.B - FONDI PER RISCHI ED ONERI		
01) Per trattamento di quiescenza e obblighi simili	0,00	0,00
02) Per imposte	0,00	0,00
03) Per rinnovi contrattuali	0,00	0,00
04) Altri fondi	216.445,58	223.285,06
Totale SPP.B - FONDI PER RISCHI ED ONERI	216.445,58	223.285,06
SPP.C - TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	372.705,19	524.129,46
SPP.D - DEBITI		
04) Debiti verso banche	796,79	0,00
05) Debiti verso altri finanziatori	0,00	0,00
06) Acconti	0,00	0,00
07) Debiti verso fornitori	1.551.488,26	1.449.594,12
08) Debiti rappresentati da titoli di credito	0,00	0,00
09) Debiti verso imprese controllate	0,00	0,00
10) Debiti verso imprese collegate	0,00	0,00
11) Debiti verso controllanti	0,00	0,00
12) Debiti tributari	51.651,72	312.282,54
13) Debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	33.551,53	23.811,13
14) Altri Debiti	97.278,51	78.904,38
Totale SPP.D - DEBITI	1.734.766,81	1.864.592,17
SPP.E - RATEI E RISCONTI		
a) Ratei Passivi	0,00	35.204,75
b) Risconti Passivi	1.256.149,94	1.309.565,44
Totale SPP.E - RATEI E RISCONTI	1.256.149,94	1.344.770,19
Totale SPP - PASSIVO	9.758.967,31	10.085.244,05
SPCO - CONTI D'ORDINE		
01) Rischi assunti	154.937,07	154.937,07
02) Impegni Assunti	0,00	0,00
03) Beni di terzi presso l'Ente	19.339,42	44.820,39
Totale SPCO - CONTI D'ORDINE	174.276,49	199.757,46

5. Pari opportunità e bilancio di genere

La legge n. 183/2010 prevede la costituzione, all'interno di tutte le pubbliche amministrazioni, senza nuovi o maggiori oneri per la finanza pubblica, del Comitato Unico di Garanzia per le pari opportunità, il benessere organizzativo e l'assenza di discriminazioni. L'ACI, con deliberazione del Presidente n. 7306 del 21 luglio 2011, ha costituito il CUG, al quale l'Automobile Club Milano si è associato in data 24 gennaio 2012 (delibera n. 3/2012).

L'Ente nel corso del 2011, a fronte di una pianta organica composta da 23 unità, ha potuto contare solo su sette risorse: tra queste un ipovedente con funzioni di centralinista, un dipendente in congedo per i primi sei mesi dell'anno ex L. 53/2000 e L. 151/2001 e due dipendenti di frequente assenti per malattia e che usufruiscono della Legge 104/92. Nel corso dell'anno, sono state espletate le procedure concorsuali per l'assunzione di tre persone per l'area B e tre per l'area C. Il personale ha cominciato a prendere servizio sul finire del 2011. Al 31/12/2011, i dipendenti in servizio erano pertanto 11.

Nelle tabelle seguenti vengono indicati: il personale suddiviso per tipo di contratto e per genere "Tabella 8" l'analisi dei caratteri qualitativi/quantitativi "Tabella 9" e l'analisi di genere – "Tabella 10".

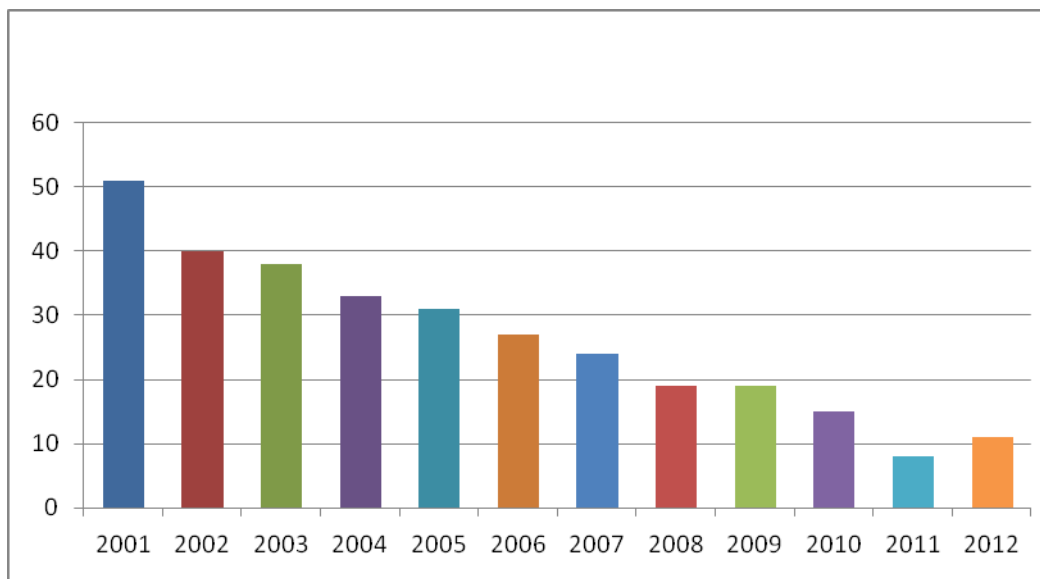
Personale a tempo indeterminato						
	Donne	%	Uomini	%	Totale	%
	Valori assoluti		Valori assoluti		Valori assoluti	
Personale con part-time inferiore al 50 %	0		0			
Personale con part-time superiore al 50 %	0		0			
Personale con contratto di telelavoro	0		0			
Totale personale a tempo Indeterminato	9	82%	2	18%	11	100%
% sul personale complessivo		100%		100%		100%

Tabella 8 - Personale per tipo di contratto suddiviso per genere al 31/12/2011

L'Automobile Club Milano non ha personale a tempo determinato ovvero utilizzato con altre forme di lavoro flessibile.

Indicatori	Valore
Età media del personale (anni)	47,18
Tasso di crescita numero dipendenti	38%
% di dipendenti in possesso di laurea	55%
Ore di formazione (media per dipendente)	10,5
Tasso di assenze	29,40%
Tasso di richieste di trasferimento	0%
Tasso di infortuni	0%

Tabella 9 - Analisi caratteri qualitativi/quantitativi al 31/12/2011



Indicatori	Valore
% di donne rispetto al totale del personale	82%
% di donne laureate sul totale del personale	45%
% di donne laureate sul totale donne	56%
% di donne assunte a tempo indeterminato	100%

Tabella 10 - Analisi di genere al 31/12/2011

6. Il processo di redazione della relazione sulla *performance*

6.1. Fasi, soggetti, tempi e responsabilità

La relazione sulla *performance* è stata redatta nel mese di giugno 2012 dalla Direzione dell'AC Milano con la collaborazione dei funzionari apicali dei diversi settori dell'Ente e il supporto di servizio della struttura collegata. Nel corso del 2011, è stato presentato all'OIV (Organismo Indipendente di Valutazione) dell'ACI, un monitoraggio trimestrale sulle attività e i progetti di Federazione che rientravano nel Sistema di Valutazione e Misurazione. Per tutte le altre attività non soggette al Sistema, invece, sono stati fatti degli appositi *report*, grazie ai quali la Direzione ha potuto riscontrare e analizzare eventuali criticità e opportunità emerse.

6.2. Punti di forza e di debolezza del ciclo di gestione della *performance*

Il ciclo di gestione della *performance* è stato un sistema utile ed efficace per l'Amministrazione, in quanto ha reso possibile una migliore pianificazione delle attività e degli obiettivi assegnati e grazie ai monitoraggi trimestrali, si è riusciti ad avere una visione più chiara ed immediata dei risultati e dell'andamento delle progettualità. I dipendenti inoltre, sono stati tutti coinvolti nel Sistema di misurazione, valutazione e gestione della *performance*, ognuno per la parte di sua competenza e ciò ha permesso alla Direzione di individuare eventuali criticità e conseguentemente, se necessarie, delle misure correttive.

Come punto di debolezza invece, essendo il primo anno, non è stato semplice ed immediato recepire al meglio tutti gli aspetti della normativa, ricca di adempimenti e procedure burocratiche spesso lunghe e complesse.

Milano, 28 giugno 2012

Il Direttore
Dott. Fabrizio Turci

Tabella documenti del ciclo di gestione della *performance*

Documento	Data di approvazione	Data di pubblicazione	Data ultimo aggiornamento	Link documento
Sistema di misurazione e valutazione della <i>performance</i>	<i>Delibera di Consiglio del 22/12/2010</i>	Dicembre 2010	17/10/2011	http://www.milano.aci.it/fileadmin/documenti/TRASPARENZA/SISTEMA_VALUTAZIONE_GIUGNO_2011.pdf
Piano della <i>performance</i>	<i>Delibera del Presidente n. 3/2011 del 31/01/2011</i>	Gennaio 2011	10/02/2012	http://www.milano.aci.it/fileadmin/documenti/TRASPARENZA/Rev_02_Piano_della_Performance_ACMILANO_2012-2014__del_10_febbraio_2012.pdf
Programma triennale per la trasparenza e l'integrità	<i>Delibera del Presidente n. 3/2011 del 31/01/2011</i>	Gennaio 2011	13/04/2012	http://www.milano.aci.it/fileadmin/documenti/TRASPARENZA/2012Programma_Trasparenza_AC_Milano_annualita_2012.pdf
Standard di qualità dei servizi	In via di definizione			