

DELIBERAZIONE ADOTTATA DAL COMITATO ESECUTIVO
NELLA RIUNIONE DEL 22 FEBBRAIO 2023

IL COMITATO ESECUTIVO

“Visto l’art. 4, comma 3, del vigente Regolamento di Organizzazione, che demanda alla competenza del Comitato Esecutivo l’approvazione del Piano annuale della comunicazione e degli eventi dell’Ente; vista la nota della Direzione Centrale Presidenza e Segreteria Generale del 2 febbraio 2023, con la quale viene sottoposta la pianificazione delle attività di comunicazione e degli eventi per il 2023; visto il documento a tal fine predisposto, redatto in conformità alle disposizioni della legge n.150/2000 e agli indirizzi in materia di comunicazione pubblica forniti dal Dipartimento della Funzione Pubblica, sulla base delle proposte formulate dalle Strutture Centrali dell’ACI nell’ambito delle rispettive funzioni ordinamentali e dei budget ad esse assegnati; considerato che le iniziative e i progetti di comunicazione indicati nel Piano si pongono complessivamente l’obiettivo di rafforzare i canali di comunicazione digitali, quali strumenti di facilitazione e semplificazione del rapporto con gli utenti e di accesso ai servizi, e la comunicazione interna rivolta ai dipendenti, nonché di porre in risalto gli eventi di rilievo istituzionale e di interesse storico che concorreranno ad arricchire e migliorare la visibilità e l’immagine dell’Ente, anche attraverso il coinvolgimento degli Automobile Club provinciali e locali; tenuto conto che il Piano si configura quale strumento integrativo e complementare rispetto alle azioni previste nell’ambito della Campagna di comunicazione strategica per l’annualità 2023, approvata con deliberazione del Consiglio Generale del 24 gennaio 2023; ritenuti gli eventi e le iniziative indicati nel Piano idonei a supportare la complessiva azione di comunicazione dell’Ente, finalizzata a promuovere l’immagine dell’ACI presso la collettività e gli interlocutori istituzionali e ad accrescere ulteriormente la positiva reputazione e la visibilità dell’Ente; considerato che le attività programmate sono suscettibili di integrazioni e/o variazioni in relazione agli sviluppi della pianificazione allo stato non prevedibili e ad elementi e proposte che dovessero essere ulteriormente forniti dalle Strutture di riferimento; **approva all’unanimità** il Piano della comunicazione e degli eventi dell’Ente per l’anno 2023, nel testo allegato al verbale della seduta sotto la lett. F), che costituisce parte integrante della presente deliberazione. La Direzione Centrale Presidenza e Segreteria Generale è incaricata di curare gli adempimenti connessi e conseguenti all’adozione della presente deliberazione e di fornire, a consuntivo, un’informativa al Comitato Esecutivo in ordine all’attuazione del Piano.”.



Automobile Club d'Italia



Piano della comunicazione e degli eventi

Anno 2023

SABINA SOLDI

Firmato il 02/02/2023

A cura della Direzione Presidenza e Segreteria Generale



INDICE DEI CONTENUTI	pag
1. Premessa	2
2. Sintesi delle iniziative realizzate nel 2022	2
3. Analisi dello scenario	4
4. Iniziative di comunicazione e Piano degli eventi per il 2023	5
5. Focus sui Social media ACI	8
Allegato 1 - Schede di dettaglio delle iniziative 2023	10
Allegato 2 - Piano degli eventi	14
Allegato 3 - Iniziative Automobile Club e Uffici Territoriali	37
Appendice 1 – Normativa di riferimento	50
Appendice 2 – Campagna di comunicazione strategica	55
LINEE GUIDA PER LA “CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE	
STRATEGICA ACI 2023”	



1. PREMESSA

Il Piano è adottato in linea con quanto previsto nello Statuto e nei Regolamenti dell'Ente, tenuto conto anche delle disposizioni della L. 150/2000 e degli indirizzi del Dipartimento della Funzione Pubblica in materia, in quanto compatibili (v. **Appendice 1** per riferimenti normativi, prospettive di riforma e vincoli di spesa).

Il Piano della comunicazione è definito genericamente quale strumento che consente all'amministrazione pubblica di programmare e gestire nel modo migliore le azioni di comunicazione rivolte all'esterno o al proprio interno in un certo arco temporale, solitamente annuale, nonché di divulgare le strategie, gli obiettivi, i progetti e le attività che si intendono realizzare al riguardo.

In ACI il **Piano della comunicazione e degli eventi** è uno **strumento integrativo** e complementare **rispetto alle azioni di portata strategica**, approvate, su impulso della Presidenza, dal Consiglio Generale dell'Ente nella seduta del 24 gennaio 2023.

Le linee e gli indirizzi di comunicazione strategica istituzionale per l'anno 2023 sono consultabili nell' **Appendice 2** "Linee guida per la Campagna di comunicazione strategica ACI".

Il presente documento illustra quindi le **iniziativa di comunicazione e gli eventi istituzionali** che saranno realizzati, **parallelamente alla campagna di comunicazione strategica, dalle Strutture centrali dell'Ente, e dagli AC provinciali** con proprio budget.

Prima della disamina delle attività programmate, si riporta anche **una breve sintesi di quanto pianificato e realizzato nel corso dell'anno 2022**, con separata evidenza delle poche iniziative che, a diverso titolo, non sono state attuate.

2. SINTESI DELLE INIZIATIVE E ATTIVITA' REALIZZATE NEL 2022

A) INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE ESTERNA

- "14a Giornata della Trasparenza" svoltasi il 27 ottobre 2022. Gli interventi sono stati resi disponibili in formato video, in una pagina dedicata del sito istituzionale ACI;
- campagne di comunicazione per promuovere l'offerta associativa della Federazione, veicolate attraverso il sito ACI, i social, la Rete, la Radio, DEM e Newsletter;
- "Il Whistleblowing, per una coerente comprensione" un evento, tenutosi il 25 novembre 2022, per tutto il personale dell'ACI e per gli stakeholder per riflettere sui valori etici che guidano il nostro agire quotidiano;
- partecipazione di ACI in qualità di partner istituzionale, al Giro d'Italia di Ciclismo che, attraverso l'attività di *media relation* e ufficio stampa rivolto ai media locali, ha coinvolto attivamente gli AC dei territori attraversati dalla manifestazione;
- partecipazione al Meeting per l'amicizia fra i Popoli di Rimini, con la



partecipazione dell'ACI nei centrali dibattiti sulla sostenibilità energetica, con il lancio del Centenario dell'Autodromo di Monza e con la collaborazione di Aci Sport per la diffusione degli E-sport Automobilistici

- iniziative di ACI Storico veicolate attraverso diversi canali quali newsletter, luceverde, sito ufficiale di Aci Storico;
- gare e manifestazioni automobilistiche attraverso i canali ufficiali di ACI Sport e i social media ACI;
- Eventi di rilievo istituzionale:
 - Aci Storico Festival (Monza, 3 aprile 2022)
 - Formula1 Gran Premio dell'Emilia Romagna (Imola, 24 aprile 2022)
 - Circuito Stradale del Mugello (Firenze, 29 aprile - 1 maggio 2022)
 - FIA Spring Meeting (9-11 maggio 2022)
 - Rally Italia Sardegna (2-5 giugno 2022)
 - Forum PA (14-17 giugno 2022)
 - Coppa d'Oro delle Dolomiti (Cortina, luglio 2022)
 - Extreme E (Capo Teulada, luglio 2022)
 - Giffoni Film Festival (Salerno, 21-30 luglio 2022)
 - Formula 1 Pirelli Gran Premio d'Italia (Monza, 9-11 settembre 2022)
 - Targa Florio Classica (Palermo, 13-16 ottobre 2022)
 - Auto e moto d'epoca (Padova, 20-23 ottobre 2022)

Per diverse contingenze non sono state realizzate le iniziative inerenti a :

- Convegno sulla cooperazione finalizzata in materia di fiscalità automobilistica, previsto in occasione del Gran Premio di Formula 1 di Monza: per motivi organizzativi, e in attesa di alcuni interventi giudiziali, il Convegno è, allo stato, in fase di calendarizzazione.
- Il convegno volto ad informare sulle opportunità offerte dal PNRR in tema automotive, sicurezza stradale e turismo, non è stato organizzato nel corso dell'anno 2022 in quanto il Dipartimento per le politiche antidroga della Presidenza del Consiglio dei Ministri - partner dell'iniziativa - non ha dato seguito alla realizzazione dell'evento in parola

B) INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE INTERNA

- implementazione della Newsletter “RaP” dedicata al personale ACI, quale strumento di valorizzazione delle principali nuove iniziative della Federazione, attraverso l'utilizzo di materiali multimediali (videointerviste, anteprime, edizioni speciali) per la diffusione delle informazioni sui principali progetti e attività di rilievo;



C) PIANO DEGLI EVENTI

La piena ripresa delle attività, anche con riferimento all'organizzazione degli eventi, a seguito della cessata fase emergenziale della pandemia da virus SARS-CoV-2, ha dato impulso alla realizzazione, nel corso del 2022, di numerose iniziative di interesse istituzionale e sportivo, con particolare riferimento al settore del motorismo storico.

In particolare, gli eventi istituzionali realizzati nel corso dell'anno 2022 sono stati:

- Partecipazione al “FORUM PA”;
- Gran Premio di F1 dell’Emilia Romagna;
- 92[^] Gran Premio d’Italia di F1 di Monza;
- FIA Spring Meeting;
- WRC - Rally d’italia Sardegna;
- Giffoni Film Festival;

- Extreme E, Capo Teulada;
- Aci Storico festival - Historic Minardi day;
- Circuito Stradale del Mugello;
- Targa Florio Classica;
- Coppa d’oro delle Dolomiti;
- Auto e moto d’epoca;
- altri eventi legati ad Aci Storico, quali ad esempio “Automotoretrò”; “Gran Premio Nuvolari”; “Milano Autoclassica”; “Millemiglia”, “Modena Motor gallery”, “Ruote nella Storia”.

3. ANALISI DELLO SCENARIO

Dalla seconda metà del 2016 l’ACI sta sviluppando la **“Campagna di comunicazione strategica”** finalizzata a promuovere l’immagine dell’Ente presso la collettività e gli interlocutori istituzionali, migliorandone la visibilità e recuperando la percezione del ruolo svolto come pubblica amministrazione e come ente esponenziale degli interessi degli automobilisti.

Le iniziative di comunicazione strategica intraprese negli ultimi anni hanno prodotto un grande ritorno d’immagine dell’ACI come protagonista pubblico del settore *automotive*, con particolare riferimento ai temi della **sicurezza e della mobilità sostenibile**. Fortemente rilanciata ne è stata anche la sua *mission* associativa.

L’ACI inoltre è ormai sempre più riferimento irrinunciabile nella trasmissione dei valori connessi al “trasporto in sicurezza”. I positivi risultati raggiunti spingono, quindi, a proseguire in questo senso per consolidare ed accrescere ulteriormente l’autorevolezza, la reputazione positiva e la visibilità riconosciuta all’ACI ed alle sue attività.



Per quanto concerne la comunicazione in generale, nonostante la progressiva ripresa delle attività in presenza, un **ruolo importante** è ancora svolto da **canali di comunicazione “a distanza” (online)** o in forma “mista” (con limitata partecipazione di pubblico).

In merito all'utilizzo dei canali online, appare allora utile evidenziare lo sviluppo dei trend caratterizzanti lo scenario digitale¹:

- su **scala globale**, gli utenti di internet sono pari a **4,66 miliardi**, con un incremento del 7,3% (316 milioni) rispetto a gennaio 2020. La penetrazione internet mondiale si attesta al 59,5%, ma i valori potrebbero essere ancora più alti in virtù di problematiche legate al corretto tracciamento degli utenti internet legate alla pandemia da COVID-19. Sono **4,20 miliardi** gli utenti delle piattaforme social, con un incremento del 13%, (490 milioni di persone). La penetrazione delle piattaforme social si attesta quindi al 53% della popolazione mondiale.
- in **Italia** circa **50 milioni di persone sono online ogni giorno** e 41 milioni quelle attive sui canali social. Un Paese, quindi, che si conferma maturo e connesso, con un trend in crescita per quanto riguarda Internet, piattaforme social e nuove tecnologie.

In ogni caso, non è solamente la quantità di persone presenti ed attive a crescere, ma anche il tempo che si trascorre online: si spendono circa **6 ore connessi ad internet ogni giorno, e 1 ora e 57 minuti sui social**.

Infine, non è di certo una novità che l'utilizzo degli smartphone abbia raggiunto livelli (quasi) di saturazione: ne troviamo conferma nel dato riguardante il **98% degli utenti**.

Continuano inoltre ad essere rilevanti i periodi per la fruizione di contenuti audio (**una persona su 4 ascolta regolarmente i podcast**) e gaming (oltre 4 persone su 5 giocano, a prescindere dai device preferiti), anche in virtù di avanzamenti nelle tecnologie infrastrutturali che hanno portato ad incrementi nelle velocità medie di connessione pari all' 11% per il mobile e al 29% per il fisso.

4. PIANO DELLE INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE E DEGLI EVENTI 2023

Si riportano di seguito, in modo sintetico, le **iniziativa di comunicazione** istituzionale per il 2023 e il **Piano degli Eventi**, come proposti dalle diverse Strutture centrali dell'Ente in riscontro alla nota del Segretario Generale del 20/10/2022, prot. n. 571/22, salvo successive integrazioni da parte delle Stesse.

¹ I dati sono tratti dai report “Digital 2016” e “Digital 2021”, curati da We are social srl insieme ad Hootsuite, piattaforma leader nel settore del social media management.



Per agevolare la lettura, i dettagli di ciascuna iniziativa/evento possono essere approfonditi attraverso le **schede sinottiche** in allegato (v. **Allegato 1**).

A) Iniziative di comunicazione istituzionale

Le iniziative e i progetti previsti per l'anno 2023 riguardano:

1. **15^ giornata della Trasparenza** (in attuazione del D.lgs. 14 marzo 2013, n. 33 articolo 10 comma 8 Lettera A), curata dalla *Direzione Trasparenza, Anticorruzione, Protezione dati personali e Relazioni con il Pubblico* per coinvolgere gli stakeholders nei confronti delle politiche di trasparenza e anticorruzione di ACI;
2. **tre campagne in ambito associativo per promuovere l'offerta associativa della Federazione, curate dalla Direzione Compartimentale Toscana, Liguria, Umbria, Sardegna, Marche, Emilia Romagna con Coordinamento delle Attività Associate e Gestione e Sviluppo Reti.**
3. **servizi digitali Aci Space**, a cura della *Direzione Sistemi Informativi e Innovazione*. Si prevede la diffusione della nuova versione dell'app mobile che ne rafforzi la sua utilità e performance, con un focus particolare sul nuovo assistente vocale in grado di servire potenzialmente molteplici casi d'uso.
4. **progetto di rafforzamento editoriale**, inserito tra le aree di intervento della comunicazione strategica, che prevede:
 - l'implementazione della rivista "L'Automobile" con un taglio editoriale specializzato ed attraente per i cultori dell'automotive;
 - l'affiancamento della rivista "L'Automobile Classica" destinata agli appassionati di automobilismo storico;
 - la realizzazione e il lancio della rivista "Young Classic" rivolta ai giovani che si avvicinano alla passione per le auto storiche, una realtà in costante crescita.Il progetto è stato sottoposto all'esame del Consiglio Generale nella seduta del 24 gennaio 2023, per cui attualmente non è oggetto di un'apposita scheda di dettaglio, in quanto le specifiche attività che lo costituiscono saranno definite nel corso dei prossimi mesi.
5. **comunicazione interna**: prosegue l'implementazione del notiziario mensile rivolto a tutti i dipendenti ACI per rafforzare il dialogo interno ed il benessere organizzativo. Nel corso dell'anno 2023 è prevista l'introduzione di nuovi strumenti di comunicazione (podcast e altri contenuti multimediali), che arricchiranno e renderanno maggiormente interattiva la Newsletter RaP, con la possibilità di usufruire dei contenuti in essa riportati in momenti e con modalità differenti rispetto alla tradizionale lettura statica. A tal fine, si procederà contemporaneamente anche ad una rivisitazione grafica del *layout* di Rap, volta a



migliorarne la fruizione dai diversi device utilizzati e ad aumentare la visibilità dei nuovi contenuti multimediali.

B) Piano degli Eventi

La pianificazione degli eventi da realizzare nell'anno 2023, curata dalla *Direzione per l'Educazione stradale, la Mobilità ed il Turismo*, è riportata nell'**Allegato 2**.

Le iniziative riguarderanno sia **eventi di rilievo istituzionale** quali Forum PA, Conferenza del Traffico, Gran Premi di Formula 1, sia **eventi di interesse storico** come Coppa d'Oro delle Dolomiti, Targa Florio, Aci Storico festival, Auto e moto d'epoca, per valorizzare l'impegno dell'ACI in tale ambito.

Agli eventi indicati si potranno aggiungere, previo reperimento delle relative risorse economiche, ulteriori iniziative di tipo istituzionale o di livello comunicazionale che concorreranno ad arricchire la visibilità e l'immagine dell'ACI, testimoniando l'impegno dell'Ente a presidiare i molteplici versanti della mobilità.

C) Automobile Club e Uffici territoriali

Nel corso del 2022, si è consolidata la positiva connessione tra la comunicazione nazionale e la comunicazione degli AC, proseguendo nell'opera di formazione e di allineamento costante tra ACI e AC nel progetto di "dissemination".

In questa ottica, nel 2023 proseguirà e si rafforzerà il coinvolgimento degli AC territoriali con numerose iniziative (karting in piazza, Ruote nella Storia, attività di educazione stradale e interventi formativi presso gli istituti scolastici), per le quali si riportano, a titolo esemplificativo ma non esaustivo, alcune proposte nelle schede di cui all'**Allegato 3**.

Analogamente, da parte di alcuni Uffici territoriali verranno realizzate nel corso del 2023 iniziative di comunicazione legate al miglioramento dei servizi offerti al pubblico, con particolare riguardo alla tutela delle categorie più fragili e in linea con i temi dell'educazione e della sicurezza stradale.



5. FOCUS SUI SOCIAL MEDIA ACI

Per ACI, come per tutto il mondo della comunicazione, i social media continueranno anche nel 2023 ad essere un focus importante delle attività di informazione e intrattenimento del proprio pubblico. Lo scenario, tuttavia, cambia in fretta: Twitter ha un nuovo proprietario, il gruppo Meta, con le piattaforme Facebook, Instagram e Whatsapp, si confronta con problematiche di vario tipo, e Tik Tok sembra essere il social imperante. Si seguiranno attentamente questi sviluppi per rimodulare costantemente il piano strategico, scegliendo di rafforzare o meno le attività dell'uno o dell'altro social, in base alle performance intrinseche delle varie piattaforme.

Tik Tok richiederà un forte approfondimento e, nonostante i tagli di budget non consentano di adottare una strategia di influencer marketing, la più adatta al canale, si proverà a verificare strade diverse per raggiungere il target giovane di questa piattaforma. Parlare di educazione stradale con un linguaggio semplice e divertente potrebbe aiutare a sensibilizzare i giovani su una mobilità sicura e sostenibile.

In generale, sarà ampliato l'utilizzo di video in formato verticale, tipici di Tik Tok ma anche di IG e FB nelle versioni Storie e Reel. Questi ultimi, se l'algoritmo dei canali resta lo stesso, saranno fondamentali tra i contenuti da realizzare. Ad essi si affiancheranno contenuti grafici semplici, immediati e interessanti per il target delle pagine e dei profili ACI. Il presidio dei messaggi, privati e pubblici, continuerà ad essere sempre più attivo attraverso un'attenta e regolare moderazione che porti valore aggiunto all'esperienza dell'utente medio. Non mancheranno le attività live durante i principali eventi dell'ente.

Il messaggio dell' ACI continuerà quindi a diffondersi non solo attraverso i canali istituzionali ma anche con azioni di coordinamento e formazione continua sui seguenti canali social e web:

ACI Infomobility - ACI Luceverde - ACI Radio;

ACI Global e ACI Global Servizi;

ACI Storico;

ACI Sport – ACI Sport TV;

Autodromo Nazionale Monza;

Centri di Guida Sicura Lainate e Vallelunga;

Automobile Club provinciali.



Dettaglio attività social 2023

- **Monitoraggio web e gestione crisi:** fondamentale per conoscere la reputazione di ACI e il *sentiment* del pubblico della rete, l'analisi costante di social e web aiuterà ad indirizzare e rimodulare la strategia di comunicazione, online e offline. Nel 2023 si confida di avere meno situazioni critiche da gestire rispetto al 2022 che ha visto l'ACI molto impegnato su vari fronti, in particolare relativamente alla prevenzione e alla gestione di crisi legate al mondo sportivo. Tuttavia, temi caldi, aree critiche, potenziali crisi vengono affrontate nel modo giusto solo se si riesce ad anticipare o comunque a prendere sul nascere il *sentiment* negativo, per cui l'attività continuerà ad essere incessante e cruciale.
- **Supporto agli eventi:** I principali eventi di ACI, ACI Sport e ACI Storico avranno uno spazio importante sui canali social: Millemiglia, Coppa D'Oro delle Dolomiti, Targa Florio, MiMo Motorshow, F1 Gran Premio d'Italia, Rally di Sardegna, ACI Racing Weekend, Conferenza del Traffico e ogni altro evento di rilevanza nazionale e internazionale saranno raccontati sui canali social e web.
- **Sicurezza Stradale:** Il tema della sicurezza e dell'educazione stradale sarà sviluppato con campagne ad hoc, in particolare durante la Settimana della Sicurezza Stradale e la giornata delle Vittime della Strada. Continuerà la collaborazione con i Centri di Guida Sicura e ACI Ready2Go sull'educazione stradale e si amplierà quella con Sara Safe Factor.
- **Divulgazione campagne FIA:** seguendo il calendario FIA, i social ACI amplificheranno la diffusione delle loro campagne, delle giornate internazionali indicate e dei principali progetti di sensibilizzazione degli utenti della strada.
- **Euro NCAP e GreeNCAP:** saranno valorizzati i risultati mensili delle prove NCAP.
- **Riviste ACI:** con la partenza di nuovi progetti editoriali sarà studiata una strategia *ad hoc* per il loro lancio e la loro *brand awareness*.
- **Formazione e coordinamento attività di comunicazione digitale AC:** anche nel 2023 l'azione di coordinamento, formazione e supporto delle attività di comunicazione degli Automobile Club Provinciali sarà centrale nelle strategie di comunicazione locale.
- **ACI Radio e ACI Sport TV:** fondamentale sarà l'ampliamento della visibilità sui social dei canali proprietari ACI offline
- **APP (ACI Space, ACI Radio, ACI Luceverde):** alla fine del 2022 sono state lanciate 3 nuove App che avranno bisogno di soluzioni mirate per invogliare il pubblico a scaricarle.
- I dipendenti saranno invitati a rendersi attivi nella vita "social" di ACI attraverso iniziative ad hoc ad essi dedicate.



SCHEDE DELLE INIZIATIVE ANNO 2023

DIREZIONE TRASPARENZA, ANTICORRUZIONE, PROTEZIONE DATI PERSONALI
E RELAZIONI CON IL PUBBLICO

TIPOLOGIA INIZIATIVA	<p>ATTIVITÀ: realizzazione di un appuntamento annuale volto a presentare le iniziative e le attività promosse in materia di trasparenza, prevenzione della corruzione e innovazione di ACI. (D.lgs. 14 marzo 2013, n. 33 articolo 10 Comma 8 Lettera A)</p> <p>EVENTO con finalità di <i>media relation</i> realizzato per suscitare l'interesse degli stakeholders nei confronti delle politiche di trasparenza e anticorruzione di ACI.</p>
TITOLO INIZIATIVA	15^ Giornata della Trasparenza della Federazione ACI
STRUTTURA RESPONSABILE	Direzione Trasparenza, Anticorruzione, Protezione dati personali e Relazioni con il pubblico
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	<p>Sviluppare e condividere, all'interno e all'esterno dell'Amministrazione, la cultura della trasparenza, della legalità e dell'integrità.</p> <p>Informare gli stakeholders sulle iniziative e sulle attività previste nel Piano triennale per la prevenzione della corruzione e per la trasparenza e nel Piano e nella Relazione della Performance.</p>
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	<p>Evento divulgato anche con la pubblicazione di un banner dedicato sul sito dell'Ente e delle interviste ai relatori individuati, in relazione agli argomenti scelti .</p> <p>Disponibilità di una e-mail di contatto per consentire agli ospiti di esprimere opinioni, inviare segnalazioni o presentare domande.</p>
TARGET	Svolgimento di n. 1 evento
PERIODO DI DIFFUSIONE	Quarto trimestre anno 2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Automobile Club provinciali e locali



DIREZIONE SISTEMI INFORMATIVI E INNOVAZIONE

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Servizi digitali di Aci Space
TITOLO INIZIATIVA	ACI SPACE
STRUTTURA RESPONSABILE	Direzione sistemi informativi e innovazione
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	<p>ACI Space è la App dell'Ente fruibile sui principali store che offre a tutti gli automobilisti un insieme di servizi che garantiscono una mobilità sicura e informata come ad esempio la visualizzazione dei principali punti di interesse alla guida, l'accesso facilitato al soccorso stradale, la gestione dei propri veicoli e molto altro. Questo è il messaggio che si vuole rafforzare e diffondere.</p> <p>Nel 2022 l'App è stata completamente riprogettata per migliorare la user experience, rappresentare meglio i tre ambiti di attività di ACI (pubblico, istituzionale, associativo), rendere più facile l'accesso ai servizi e scongiurare l'obsolescenza tecnologica dell'infrastruttura.</p> <p>Un focus particolare riguarda l'"ACI Smart Assistant", che sfrutta un'integrazione realizzata con lo Smart Assistant di Google.</p> <p>L'assistente vocale ACI è in grado di servire potenzialmente molteplici casi d'uso, da quelli più consueti a quelli basati su nuove soluzioni attuali e futuribili, interagendo con servizi ACI (eventualmente anche di AACCI laddove disponibili) ma anche di terze parti ed erogando informazioni tramite device "Home" e mobile.</p>
MODALITÀ E CANALI DI COMUNICAZIONE	Piani di comunicazione, Campagne ad hoc, Iniziative di mailing Dem, Promozione su canali social, diffusione intranet aziendale.
TARGET	Cittadini, Dipendenti, Soci ACI, Utenti digitali
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel 2023 il piano di comunicazione prevede la diffusione della nuova versione dell'app che ne rafforzi la sua utilità e performance, con un focus particolare sull'assistente vocale.
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	-



**DIREZIONE COMPARTIMENTALE TOSCANA, LIGURIA, UMBRIA, SARDEGNA,
MARCHE, EMILIA ROMAGNA E CON IL COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ
ASSOCIAVTE E GESTIONE E SVILUPPO RETI**

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Campagne di comunicazione per la promozione della Rete della Federazione e dei prodotti associativi.
TITOLO INIZIATIVA	Campagne di marketing & comunicazione associativa.
STRUTTURA RESPONSABILE	Direzione Compartimentale Toscana, Liguria, Umbria, Sardegna, Marche, Emilia Romagna Divisione Attività Associate e Gestione e Sviluppo Reti
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	<p>La Direzione effettuerà nel 2023 tre campagne:</p> <ul style="list-style-type: none">● due campagne di sviluppo associativo attraverso la promozione del sistema d'offerta, puntando su novità, valore aggiunto assicurato dalle tessere e servizi in esse inclusi;● una campagna centrata sui servizi offerti dalla Rete della Federazione. <p>A supporto delle campagne pianificate sarà inserito un riferimento al programma di fidelity "ACI ti premia" con nuovi premi in palio per i Soci.</p>
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	<p>Le campagne pianificate saranno multi oggetto e avranno ciascuna una nuova linea creativa, declinata in formato digitale e cartaceo.</p> <p>Le campagne saranno multicanale, diffuse tramite:</p> <ul style="list-style-type: none">- Punti ACI- Radio- Digital (display e social)- Magazine nazionale e locali- DEM e Newsletter
TARGET	Soci, Prospect con particolare attenzione al target Giovani
PERIODO DI DIFFUSIONE	Dalla primavera al termine dell'anno.
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Nessuna.



**DIREZIONE PRESIDENZA E SEGRETERIA GENERALE CON DELEGA AI SERVIZI
DELEGATI - UFFICIO COMUNICAZIONE**

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Attività
TITOLO INIZIATIVA	Podcast
STRUTTURA RESPONSABILE	Direzione Presidenza e Segreteria Generale
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	<p>Obiettivo è il potenziamento della comunicazione interna attraverso l'introduzione di un nuovo strumento: i podcast.</p> <p>I podcast verranno realizzati in collaborazione con la redazione RaP, che formulerà nel corso dell'anno proposte circa gli argomenti del mondo ACI ritenuti d'interesse.</p>
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	I podcast saranno veicolati attraverso la Newsletter e/o il portale della comunicazione interna.
TARGET	Dipendenti ACI
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel 2023 i podcast saranno diffusi a tutti i dipendenti.
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	-



Automobile Club d'Italia

Allegato 2

PIANO DEGLI EVENTI ACI

ANNO 2023



EVENTI DI RILIEVO ISTITUZIONALE

76^a CONFERENZA DEL TRAFFICO E DELLA CIRCOLAZIONE

Sede Centrale ACI con diffusione in streaming	
OBIETTIVI	L'iniziativa, che intende proporre un tradizionale momento istituzionale di studio, analisi, approfondimento e dibattito politico, in materia di mobilità, ha anche l'obiettivo di rilanciare la manifestazione quale momento insostituibile e centrale di dibattito politico in materia di mobilità, trasporti e circolazione stradale, capace di richiamare le massime Autorità del Governo, del Parlamento e dell'economia del mondo economico a discutere sui predetti temi. Per l'anno 2023 la Conferenza sarà incentrata su tematiche ambientali.
CONTENUTI	Analisi delle efficienze e delle carenze del nostro sistema di mobilità, cercando di evidenziare opportunità, prospettive e rischi derivanti da possibili interventi a livello normativo e strutturale. In particolare i contenuti della manifestazione sono definiti in raccordo tra l'ACI e la Fondazione Filippo Caracciolo che cura uno specifico studio quale base di analisi e di proposte oggetto di dibattito. Oggetto di approfondimento saranno: da un lato, la transizione ecologica dei trasporti e, dall'altro, i progressi tecnologici verso l'auto connessa, cooperativa e automatica, anche legati ai nuovi servizi alla mobilità abilitati dalla transizione digitale, con particolare riguardo alle possibili ricadute sui livelli di sicurezza, accessibilità e sostenibilità ambientale.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Presidenza del Consiglio dei Ministri● Ministro delle Infrastrutture e delle Mobilità Sostenibili● Altri rappresentanti del Governo nazionale e locale● Altri interlocutori tecnici● Stampa e Media nazionali e locali● Strutture Centrali dell'Ente
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Budget della Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo
PREVISIONE DI SPESA	€ 15.000,00 (oltre IVA)



CONVEGNO DI PRESENTAZIONE “IL MOTORISMO STORICO”

Sede Centrale ACI o Altra sede istituzionale pubblica

Marzo 2023

OBIETTIVI	L'articolo 9 della Costituzione indica la promozione della cultura, della ricerca scientifica e tecnica, nonché la tutela del patrimonio storico e artistico, come valori fondamentali da sostenere attraverso politiche attive di valorizzazione e salvaguardia. Le auto storiche, sotto questo punto di vista, rappresentano un patrimonio culturale tramandato, e conservato, grazie ad un consistente numero di appassionati di tutto il mondo con il supporto di realtà associative dedicate alla divulgazione della conoscenza di questi veicoli. Lo studio rappresenta il Primo Rapporto ACI sul motorismo storico ed ha come finalità quella di indagare l'impatto culturale, sociale ed economico del fenomeno auto storiche, con l'obiettivo non solo di fornire ai policy maker elementi conoscitivi utili per impostare politiche pubbliche più congruenti con le istanze che ne provengono, ma altresì fare emergere fattori peculiari di un mondo fatto di passione e interessi economici non secondari per il mercato automobilistico.
CONTENUTI	La Fondazione Caracciolo, in coerenza con la mission dell'Ente fondatore, l'Automobile Club d'Italia – la in materia di tutela e valorizzazione di questo importante patrimonio culturale –, ha sviluppato uno studio sul mondo delle auto storiche, attraverso un'indagine quali-quantitativa sulla passione, sul collezionismo e sull'impatto economico generato delle auto storiche. Un lavoro iniziato nel 2021 con la costruzione di una metodologia di ricerca robusta, che ha visto la collaborazione di esperti del settore, statistici, economisti, che ha permesso ai ricercatori della Fondazione di realizzare un'analisi secondo standard di elevato rigore scientifico. Lo studio analizza il fenomeno secondo tre diverse angolature: il profilo giuridico-normativo; l'analisi del parco auto storiche e del parco circolante italiano; i risultati dell'indagine quali-quantitativa.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Rappresentanti delle istituzioni● Altri interlocutori tecnici● Stampa e Media● Strutture Centrali dell'Ente
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Budget della Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo
PREVISIONE DI SPESA	In fase di definizione

**FORMULA 1 GRAN PREMIO DELL'EMILIA – ROMAGNA**

**Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari
Imola - 21 maggio 2023**

OBIETTIVI	Consolidare il ruolo dell'ACI come Federazione e Autorità Sportiva Nazionale in campo automobilistico, dotata di straordinarie capacità organizzative di grandi eventi di rilievo internazionale
CONTENUTI	Il Gran Premio di F1 dell'Emilia Romagna diventa il secondo Gran Premio sul territorio italiano ed è il primo GP europeo del calendario del Campionato Mondiale. Si tratta quindi di un evento di grande visibilità ed importanza per la Federazione Sportiva Automobilistica Italiana e per l'Inter Paese, oltre che una importante occasione di relazioni pubbliche con i referenti istituzionali nazionali, regionali e con le personalità d'interesse dell'ACI.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	L'attività dell'Ente nel campo delle relazioni istituzionali legate alla manifestazione sportiva dovrà essere coordinata con la Regione Emilia Romagna, il Comune di Imola, il Con.Ami e Formula Imola, che gestisce l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari e potrà riguardare: <ul style="list-style-type: none">● Autorità Parlamentari e di Governo● Personalità istituzionali d'interesse dell'ACI e degli altri partner● Personalità del settore sportivo automobilistico nazionali ed internazionali● Stampa e Media nazionali e locali
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	I costi connessi all'organizzazione dell'evento trovano copertura nel budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
PREVISIONE DI SPESA	zero (con esclusione dei costi connessi alle missioni del personale della Direzione coinvolto nell'organizzazione dell'evento)
NOTE	Le attività organizzative saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico ed in raccordo con la Regione Emilia Romagna, il Comune di Imola, il Con.Ami. , l'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola, il Ministero degli Affari Esteri e Cooperazione internazionale e l'ICE.



WRC – RALLY ITALIA SARDEGNA

**Sardegna - Olbia
Giugno 2023**

OBIETTIVI	La tappa italiana del WRC, World Rally Championship, sui tipici sterrati della nord della Sardegna, assicura una delle sfide più dure ed emozionanti del Campionato Mondiale. Obiettivo dell'ACI, con il supporto della Regione Sardegna, è quello di confermare le straordinarie capacità organizzative della Federazione Sportiva Automobilistica Italiana e di diffondere la cultura dello Sport automobilistico in Italia e all'estero, in una cornice ricca di luoghi e paesaggi unici.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento● Stampa e media nazionali e locali● Automobile Club
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Sassari.



FORUM PA 2023

**Streaming In presenza e con streaming online sulla piattaforma del Forum PA
Giugno 2023**

OBIETTIVI	Confermare la tradizionale partecipazione dell'ACI per l'affermazione del proprio ruolo di driver di innovazione nei servizi della PA, promuovere le proprie iniziative in tema di "Smart City", infrastrutture digitali e mobilità sostenibile oltre a rappresentare, presso il Governo e le Istituzioni, le istanze degli automobilisti e le proposte per lo sviluppo della mobilità automobilistica
CONTENUTI	Da definire
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Direzioni Centrali dell'Ente● Società collegate● Autorità e personalità varie● Stampa e media nazionali e locali
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Budget della Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo
PREVISIONE DI SPESA	€ 45.000,00 (oltre IVA)
NOTE	Le attività saranno pianificate e realizzate nel rispetto del massimo contenimento dei costi e del massimo risultato in termini di visibilità per l'Ente.

**GIFFONI FILM FESTIVAL****GIFFONI VALLE PIANA (SALERNO)
20-29 Luglio 2023**

OBIETTIVI	Il Giffoni Film Festival è un festival cinematografico per bambini e ragazzi che si svolge ogni anno, nel mese di luglio, per la durata di circa dieci giorni, nella città di Giffoni Valle Piana, in provincia di Salerno. La partecipazione dell'ACI, che sarà di tipo espositivo-interattivo, ha l'obiettivo di avvicinarsi al mondo dei giovani e alle loro famiglie attraverso eventi di sensibilizzazione di ampio coinvolgimento e altre attività di comunicazione istituzionale studiate ad hoc per il settore giovanile, sui temi dell'educazione e della sicurezza stradale, dell'innovazione nel campo automobilistico e dell'associazionismo.
CONTENUTI	L'attività di coinvolgimento del settore giovani si potrà sviluppare in 3 aree: <ol style="list-style-type: none">1. Sensibilizzazione sulla sicurezza stradale e formazione pratica in loco attraverso momenti interattivi, organizzati al fine di coniugare il tema ludico della pratica con il tema della sicurezza e del rispetto per le regole della strada, con la supervisione del nostro team di esperti (ad esempio <i>Karting in piazza</i>)2. Diffusione di messaggi istituzionali attraverso strumenti innovativi di comunicazione studiati ad hoc per coinvolgere il target giovani (ad esempio <i>Ready2Go</i>, <i>simulatori di guida</i>, <i>video emozionali di sensibilizzazione sulla sicurezza stradale</i>, <i>video per la formazione dei bambini dai 7 ai 10 anni – Modulo “Giovani campioni della Sicurezza stradale” legato al Karting in piazza</i>)3. Individuazione di forme e modalità di proposte associative in linea con le esigenze dei giovani e di servizi utili per avvicinare questo target al mondo automobilistico (desk informativi, concorsi di idee, raccolta proposte da parte del target di riferimento, ecc.)
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• I giovani• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club



RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Le risorse di budget saranno ripartite tra le disponibilità delle Direzioni coinvolte
PREVISIONE DI SPESA	Da valutare in relazione al progetto di partecipazione che sarà concordato tra le Direzioni ACI coinvolte e con i Vertici dell'Ente
NOTE	La partecipazione alla manifestazione sarà organizzata in sinergia tra la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Direzione Sport Automobilistico, la Direzione Sistemi informativi e Innovazione, la Direzione Attività Associative e Gestione e Sviluppo Reti e i referenti della comunicazione strategica di ACI. Le attività saranno svolte in collaborazione con l'AC di Salerno e con il Direttore Compartimentale ACI competente per territorio.



GRAN PREMIO D'ITALIA DI FORMULA 1

**Autodromo Nazionale di MONZA
3 settembre 2023**

OBIETTIVI	Consolidare e valorizzare il ruolo dell'ACI di Federazione e di Autorità Sportiva Nazionale nella gestione della più importante manifestazione sportiva automobilistica che si svolge in Italia. Dimostrare le straordinarie capacità organizzative di cui dispone l'Ente nell'organizzazione di un grande evento sportivo di livello mondiale.
CONTENUTI	Il Gran Premio d'Italia di Formula 1 è la più antica gara che si corre in circuito valevole per il Campionato del Mondo Piloti e Costruttori e costituisce la più importante competizione automobilistica italiana, oltre che una delle più prestigiose gare del Campionato Mondiale. Si tratta quindi di una iniziativa di grande visibilità ed importanza per l'Ente, oltre che una occasione straordinaria di relazioni pubbliche con i referenti istituzionali e le personalità d'interesse dell'ACI.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Autorità Parlamentari e di Governo● Personalità istituzionali d'interesse dell'ACI● Personalità del settore sportivo automobilistico nazionali ed internazionali● Stampa e Media nazionali e locali
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	I costi connessi all'organizzazione dell'evento trovano copertura nel budget della Direzione Sport Automobilistico e sono relativi al rapporto di collaborazione in essere tra l'ACI e la Società dell'Ente SIAS Spa.
PREVISIONE DI SPESA	Non sono previsti costi organizzativi a carico della Direzione scrivente (con esclusione dei costi connessi alle missioni del personale della Direzione coinvolto nell'organizzazione dell'evento)
NOTE	Le attività saranno svolte in stretta sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico



EXTREME E

Data e luogo da definire

OBIETTIVI	<p>L'Automobile Club d'Italia, nella sua qualità di Autorità Sportiva Nazionale in campo automobilistico, coorganizza e coordina l'evento, che costituisce una novità assoluta nel panorama delle manifestazioni sportive automobilistiche.</p> <p>Si tratta di una serie automobilistica per vetture fuoristrada ideata dalla Federazione Internazionale dell'Automobile (FIA) dedicata esclusivamente a SUV elettrici.</p> <p>Le vetture saranno uguali per tutte le squadre e le gare si svolgeranno in parti remote del pianeta e località simboliche come la foresta amazzonica, l'Artico, deserto, ghiacciai e oceano, scelte per aumentare la consapevolezza su alcuni aspetti del cambiamento climatico.</p> <p>Nel 2022 la tappa italiana si è svolta in Sardegna, presso il sito militare di Capo Teulada.</p> <p>Il calendario del 2023 ancora non è stato ufficializzato.</p>
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE:	Le attività previste saranno di supporto alla Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Sassari



EVENTI DI INTERESSE DI ACI STORICO

OBIETTIVO

Presidiare il settore del motorismo storico e valorizzare l'impegno dell'Ente in tale ambito, al fine della promozione e sviluppo del Club ACI Storico.

Favorire la conoscenza e la partecipazione degli appassionati, sia dei Soci ACI che di coloro che potrebbero diventarlo, realizzando iniziative sia sportive che culturali e turistiche in tutto il territorio nazionale.

ATTIVITÀ

L'attività programmata per il 2023 è molto intensa. Si prevede infatti l'organizzazione di diversi eventi espositivi nel contesto delle più importanti manifestazioni del settore, oltre che di un gran numero di gare di regolarità, da quelle di maggior tradizione ed importanza a quelle aperte ad una platea più vasta di partecipanti, senza dimenticare gli eventi non competitivi a carattere turistico-culturale, come concorsi di eleganza o di restauro e conservazione, fino ad arrivare ai raduni di appassionati senza velleità agonistica, come i numerosissimi incontri di "Ruote nella Storia".

Tutto ciò al fine di poter soddisfare la più vasta gamma possibile di esigenze di partecipazione di tutti gli appassionati di motorismo storico.

In relazione alla complessità e varietà di eventi pianificati per il 2023, nelle seguenti schede sintetiche si menzionano alcuni degli eventi di maggior rilievo.



ACI STORICO FESTIVAL

MONZA – Autodromo Nazionale di Monza 16 aprile 2023

OBIETTIVI	<p>Il Festival ACI Storico rappresenta un momento di grande importanza per tutta la Federazione ACI e per ACI Storico, fortemente impegnati per la tutela e la promozione del motorismo storico.</p> <p>In questa occasione i Soci del Club ACI Storico avranno l'opportunità di partecipare ad una giornata organizzata nel Circuito che viene da tutti considerato come il "tempio della velocità" che si articolerà in raduni, parate, giri in pista, talk e presentazioni e tanto altro</p>
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club• Soci• Musei affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività organizzative saranno curate da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport e l'Autodromo Nazionale di Monza.



CONCORSO DI ELEGANZA CITTA' DI TRIESTE

**Trieste
12-13-14 Maggio 2023**

OBIETTIVI	Il Club ACI Storico, l'Automobile Club di Trieste e A.A.V.S. (Associazione Amatori Veicoli Storici) con il patrocinio dell'Automobile Club d'Italia organizzano, dal 12 al 14 maggio 2023, nella storica e straordinaria Piazza Unità d'Italia, la terza edizione del Concorso di Eleganza Città di Trieste, in cui sfileranno vetture storiche e sportive che gareggeranno per l'aggiudicazione di premi relativi a sette classi di età (divise in decenni).
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento● Stampa e media nazionali e locali● Automobile Club● Soci
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con AA.V.C. A.A.V.S., la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport, LI'AC di Trieste.



**ACI STORICO FESTIVAL
Historic Minardi Day 2022**

**IMOLA – Autodromo Enzo e Dino Ferrari
26-27 Agosto 2023**

OBIETTIVI	Il Festival ACI Storico rappresenta un momento di grande importanza per tutto il mondo ACI, fortemente impegnato per la tutela e la promozione del motorismo storico. Il Festival costituisce un' occasione di confronto e condivisione, oltre che un importante appuntamento per i Soci per scambiare idee e proposte sul mondo del motorismo e sulle iniziative del Club ACI Storico. Dopo il successo della prima edizione l'obiettivo è quello di proseguire nell'organizzazione di un grande evento dedicato all'intera famiglia ACI Storico composta da tutti i Soci oltre che dai Club e dai Musei affiliati.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento● Stampa e media nazionali e locali● Automobile Club● Soci● Club Affiliati● Musei affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport, Giancarlo Minardi e l'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari.



CIRCUITO STRADALE DEL MUGELLO

FIRENZE
28-30 aprile 2023

OBIETTIVI	L'obiettivo della promozione del Circuito Stradale del Mugello, gara di regolarità classica a calendario nel 2022, è quello di far rinascere il leggendario "Gran Premio del Mugello", una delle più antiche competizioni d'Italia (disputata tra il 1914 ed il 1970), in chiave rievocativa.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento● Stampa e media nazionali e locali● Automobile Club● Club Affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Firenze.



ACI STORICO FESTIVAL

VALLELUNGA 11 giugno 2023

OBIETTIVI	<p>Il Festival ACI Storico rappresenta un momento di grande importanza per tutta la Federazione ACI e per ACI Storico, fortemente impegnati per la tutela e la promozione del motorismo storico.</p> <p>In questa occasione i Soci del Club ACI Storico avranno l'opportunità di partecipare ad una giornata organizzata nel Circuito che viene da tutti considerato come il "tempio della velocità" che si articolerà in raduni, parate, giri in pista, talk e presentazioni e tanto altro</p>
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club• Soci• Musei affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività organizzative saranno curate da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport, e l'Autodromo di Vallelunga e l'Automobile Club di Roma.



COPPA D'ORO DELLE DOLOMITI

CORTINA
20-23 Luglio 2023

OBIETTIVI	Manifestazione sportiva di regolarità, ormai entrata nella tradizione dell'ACI, che percorre le suggestive strade delle Dolomiti. L'evento consente, tra l'altro, la promozione e la valorizzazione del Club ACI Storico ai fini della tutela del patrimonio e della cultura motoristica italiana, oltre che degli interessi degli appassionati e dei collezionisti di veicoli di rilevanza storico-collezionistica.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">● Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento● Stampa e media nazionali e locali● Automobile Club● Club Affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Belluno



TARGA FLORIO CLASSICA

PALERMO
19-22 Ottobre 2023

OBIETTIVI	Custodire ed alimentare la straordinaria tradizione della Targa Florio, la gara automobilistica più antica del mondo. Presidiare il settore delle auto storiche e valorizzare l'impegno dell'Ente in tale ambito, al fine di promuovere il ruolo istituzionale dell'ACI anche in tale contesto con particolare riferimento all'attività svolta da ACI Storico.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club• Club Affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico.
NOTE:	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Palermo.



AUTO E MOTO D'EPOCA

Fiera di BOLOGNA 26-29 Ottobre 2023

OBIETTIVI:	Confermata anche nella nuova sede fieristica di Bologna, la presenza dell'ACI e di ACI Storico alla manifestazione espositiva di settore più importante a livello nazionale e tra le più importanti a livello internazionale. Presidiare il settore delle auto storiche e valorizzare l'impegno dell'Ente in tale ambito, al fine di promuovere il ruolo istituzionale dell'ACI anche in tale contesto con particolare riferimento all'attività di ACI Storico.
CONTENUTI:	Partecipazione della Federazione ACI all'evento con un proprio stand espositivo e un ricco programma di appuntamenti e convegni.
SOGGETTI DA COINVOLGERE:	<ul style="list-style-type: none">● Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento● Stampa e media nazionali e locali● Automobile Club● Club Affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico.
NOTE:	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport, la Soc. ACI Progei e l'Automobile Club di Bologna.



EVENTI VARI ORGANIZZATI O PARTECIPATI DAL CLUB ACI STORICO

L'ACI parteciperà, anche attraverso le proprie strutture dirette ed indirette, ed in particolare attraverso l'Area Eventi dell'ACI, incardinata nella Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, alle iniziative del Club ACI Storico, sia al fine di supportare le attività e lo sviluppo del Club, al quale l'ACI ha delegato lo svolgimento delle attività per l'attuazione delle proprie finalità statutarie in materia di motorismo storico, sia al fine di realizzare ogni possibile sinergia organizzativa ed operativa tra tutte le realtà dell'ACI impegnate in eventi di particolare rilevanza per i marchi ACI ed ACI Storico.

A puro titolo esemplificativo e non esaustivo si citano alcuni eventi:

- Automotoretro'
- Gran Premio Nuvolari
- Milano Autoclassica
- Millemiglia
- Modena Motor Gallery
- Ruote nella Storia
- Ecc.



ALTRI EVENTI NON PROGRAMMABILI

Su richiesta degli Organi e dei Vertici dell'Ente potranno essere realizzate, previo reperimento delle relative risorse, iniziative, anche non pianificate, di vario genere finalizzate alla valorizzazione del ruolo istituzionale e dell'immagine dell'Ente.

In tale ambito rientrano le eventuali iniziative in materia di promozione del ruolo della Federazione ACI in campo turistico che potranno essere segnalate e/o proposte dalle competenti Strutture dell'Ente.



EVENTI ORGANIZZATI DA ACI

OBIETTIVI:	Arricchire la visibilità e l'immagine dell'ACI, testimoniandone l'impegno a presidiare i molteplici versanti della mobilità.
CONTENUTI:	<ul style="list-style-type: none">● Conferenze Stampa● Presentazioni● Convegni in presenza o in streaming o su piattaforme di videoconferenza● Workshop● Webinar
SOGGETTI DA COINVOLGERE:	<ul style="list-style-type: none">● Presidenza del Consiglio dei Ministri● Ministro delle Infrastrutture e delle Mobilità Sostenibili● Altri rappresentanti del Governo nazionale e locale● Altri interlocutori e istituzioni tecniche● Associazioni di categoria● Stampa e Media nazionali e locali● Automobile Club● Strutture Centrali dell'Ente
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo
PREVISIONE DI SPESA:	Copertura da verificare nell'ambito del budget in corso di approvazione e di assegnazione.
NOTE:	Le attività saranno realizzate nel rispetto del massimo contenimento dei costi

**EVENTI RICHIESTI DA ALTRI ENTI**

La Direzione assicurerà altresì il proprio supporto organizzativo alle eventuali iniziative, di tipo istituzionale o comunicazionale, che dovessero essere promosse da soggetti esterni, previo consenso degli Organi e dei Vertici dell'Ente, che prevedano l'utilizzo delle Sale della Sede Centrale dell'ACI.

ROMA – Sede Centrale ACI	
OBIETTIVI:	Iniziative ed Eventi di vario genere, di tipo istituzionale o comunicazionale, segnalati o richiesti da Enti ed Istituzioni esterne all'ACI e che con l'ACI hanno individuato ambiti di reciproca collaborazione inerenti ai molteplici versanti della mobilità.
CONTENUTI:	<ul style="list-style-type: none">● Conferenze Stampa● Presentazioni● Convegni● Ecc.
SOGGETTI DA COINVOLGERE:	<ul style="list-style-type: none">● Autorità politiche, istituzionali e tecniche di settore individuate direttamente dall'Ente/Istituzione promotore dell'iniziativa● Stampa e Media nazionali e locali.
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo per i costi relativi all'eventuale esigenza di presenza e presidio da parte del personale dell'Ente
PREVISIONE DI SPESA:	Le spese organizzative sono esclusivamente a carico degli organizzatori dell'evento
NOTE:	La Direzione si occuperà del mero supporto organizzativo-logistico.



Automobile Club d'Italia

Allegato 3

INIZIATIVE AUTOMOBILE CLUB E UFFICI TERRITORIALI

ANNO 2023



AC BOLOGNA

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Attività Sicurezza Stradale
TITOLO INIZIATIVA	#staisobrio - prima le vite
STRUTTURA RESPONSABILE	Automobile Club Bologna
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Promozione delle buone pratiche di sicurezza stradale contro abuso di alcol.
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	Istituti scolastici, canali internet, canali social
TARGET	Studenti scuole secondarie superiori, cittadinanza
PERIODO DI DIFFUSIONE	Marzo-ottobre 2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Prefettura di Bologna, Osservatorio sicurezza stradale Regione Emilia romagna, MIUR



AC FERRARA

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Attività informazione sulla associazione, consegna gadget mediante stand posto sul luogo d'arrivo dei veicoli storici Evento Mille Miglia 2023
TITOLO INIZIATIVA	Ferrara Mille Miglia 2023
STRUTTURA RESPONSABILE	Automobile Club Ferrara
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Conoscenza del mondo Aci e dell'Aci storico Consegna di gadget e pieghevoli Consegna omaggi agli equipaggi
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	Interlocuzione diretta con il pubblico presente E con gli equipaggi partecipanti alla manifestazione Pubblicazione sul sito AC Ferrara e sui social
TARGET	Appassionati e sportivi delle auto storiche
PERIODO DI DIFFUSIONE	13 giugno 2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Comune di Ferrara



AC FIRENZE

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Evento Convegno Mobilità
TITOLO INIZIATIVA	Condizioni per la mobilità futura
STRUTTURA RESPONSABILE	Automobile Club Firenze-Prato-Pistoia
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Valutazione dell'area di competenza come "bacino di traffico" uniforme che superi i confini amministrativi e che ricomprenda i tre territori in maniera univoca
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	Tv locali, Radio, Social media
TARGET	Stackholder istituzionali Ordini professionali
PERIODO DI DIFFUSIONE	Primavera 2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Regione Toscana ed altri Enti locali Università



AC FIRENZE

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Attività
TITOLO INIZIATIVA	Mobilità e disabili
STRUTTURA RESPONSABILE	Direzione Territoriale Firenze
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Questa DT presta da sempre grande attenzione alle esigenze dei cittadini/utenti affetti da disabilità anche perchè, spesso, la normativa appare complessa e di difficile interpretazione. A tal fine, la DT ha predisposto negli anni - e si propone di continuare anche per il 2023 - un'apposita sezione ad hoc del sito. Tale sezione viene alimentata, aggiornata e implementata per offrire un migliore e più completo servizio ai cittadini, in particolar modo per gli utenti più fragili.
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	Sito internet DT Firenze, sezione dedicata.
TARGET	Qualsiasi soggetto abbia necessità di avere uno sguardo di insieme sulla normativa e sulle agevolazioni.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Anno 2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	-



AC GENOVA

Iniziativa “Incidente?...Pensaci prima”

Obiettivo e descrizione: Progetto finanziato dalla Presidenza Consiglio dei Ministri — Dipartimento Antidroga: formazione e sensibilizzazione alla sicurezza stradale con focus sul rischio di incidenti stradali alcol e droga correlati attraverso corsi in video-pillole realizzati da AC Genova e Università di Genova per agenti di polizia locale e studenti delle scuole superiori. Info point sul territorio comunale gestiti da Polizia Locale. Ulteriore obiettivo di progetto è la creazione di un format da veicolare sul territorio nazionale attraverso gli Uffici Scolastici Regionali.

Diffusione: Quotidiani, web, social, cartellonistica su strada e rete Delegazioni ACI. Dicembre 2022/maggio 2023

Iniziativa “Aci driving Experience”

Obiettivo e descrizione: Progetto che consente di formare e informare gli studenti dell'ultimo anno delle scuole secondarie di 2[^] grado evidenziando il metodo didattico Ready2go e l'attenzione per la guida sicura praticata presso il network delle nostre autoscuole - sessione di teoria- simulatore di guida - crash scene - driving test.

Diffusione: Quotidiani, web, social, TV. Ottobre 2023

Iniziativa “Guidare alla sicurezza”

Obiettivo e descrizione: Progetto che intende rafforzare la relazione con l'Ufficio Scolastico Regionale e numerosi Istituti Scolastici, proponendo un programma di iniziative di educazione stradale format Micromobilità rivolto alle scuole secondarie di 2[^] grado.

Diffusione: Quotidiani, web, social. Anno scolastico 2022/2023.

Iniziativa “Raduno Storico AC Genova - II ^ Memorial Susanna Marotta”

Obiettivo e descrizione: Raduno Aci Storico che coinvolge i Soci AC Genova in possesso di auto d'epoca con 30 anni di anzianità.

Diffusione: Quotidiani, web, social. Primavera e/o Autunno 2023.

Iniziativa “Raccolta Fondi a favore Istituto Giannina Gaslini”

Obiettivo e descrizione: Raccolta fondi a favore reparto onco-ematologia dell'ospedale pediatrico Giannina Gaslini di Genova.

Diffusione: Quotidiani, web, social, rete Delegazioni ACI. Primo semestre 2023.



AC LUCCA

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Attività
TITOLO INIZIATIVA	Lezione di guida di un'auto ibrida
STRUTTURA RESPONSABILE	Automobile Club Lucca e Ufficio provinciale Lucca
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Insegnare a risparmiare carburante cambiando le proprie abitudini di guida, usando un'auto ibrida.
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	Lezione in presenza o tramite video su YouTube
TARGET	Possessori di un'auto ibrida
PERIODO DI DIFFUSIONE	2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	-



AC PARMA

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Evento Articolo su quotidiano locale nell'ambito dello speciale di Gennaio "Speciale Bolli e Revisioni"
TITOLO INIZIATIVA	Pubblicità su attività di club e presentazione tessere associative
STRUTTURA RESPONSABILE	Automobile Club Parma
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Far conoscere meglio le attività del club e i punti di servizio sul territorio
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	Pubblicazione su un'intera pagina del giornale
TARGET	Lettori del quotidiano, la cui tiratura è di circa 25.700 copie al giorno
PERIODO DI DIFFUSIONE	Fine gennaio 2023
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	-



AC REGGIO EMILIA

Iniziativa “PARTY IN SICUREZZA”

Obiettivo e descrizione: Richiamare l'attenzione degli studenti sul rispetto delle norme dell'educazione stradale nonché sui comportamenti da tenersi in un contesto di divertimento all'interno dei locali quali discoteche, teatri, arene, ecc.

Diffusione: Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti. Novembre 2023.

Iniziativa “EDUSTRATOMBOLA”

Obiettivo e descrizione: Richiamare l'attenzione degli studenti sul rispetto delle norme dell'educazione stradale attraverso il gioco della tombola rispondendo a vari quesiti e festeggiando la vincita di tanti premi destinati alle scuole messi a disposizione dall'Automobile club Reggio Emilia, Polizia Locale e Ufficio Scolastico Territoriale.

Diffusione: Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura del Comune. Dicembre 2023.

Iniziativa “L'ABC – AUTOSTRADA DEL BRENNERO IN CITTA”

Obiettivo e descrizione: Avvicinare i ragazzi al Codice della Strada, dare agli studenti gli strumenti per una corretta valutazione del rischio e promuovere un comportamento corretto e responsabile quando si è in viaggio in autostrada.

Diffusione: Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura di Autostrade e Polizia Stradale. Marzo 2023.

Iniziativa “ACIGOLF”

Obiettivo e descrizione: Confermare il prestigio che la tappa di Reggio Emilia ha conquistato a livello locale negli anni, coinvolgere il maggior numero di soci Aci Golfisti e promuovere lo sport.

Diffusione: Quotidiani locali, notiziario, sito istituzionale. Data da definire.

Iniziativa “RUOTE NELLA STORIA”

Obiettivo e descrizione: Promuovere Aci Storico e creare un momento di condivisione per la passione delle auto storiche.

Diffusione: Quotidiani locali, notiziario, siti web di tutti gli Enti coinvolti. Data da definire.



Iniziativa “1000 MIGLIA”

Obiettivo e descrizione: Coinvolgimento della città al passaggio della corsa, promozione dello sport automobilistico.

Diffusione: Locandine, inviti, conferenza stampa - allestimento della zona ospitalità A.C. RE. Diffusione della comunicazione su quotidiani locali, notiziario sociale, sito istituzionale. Giugno 2023.

Iniziativa “MAGGIO IN STRADA”

Obiettivo e descrizione: Sensibilizzare i bambini ad un comportamento corretto e responsabile quando si muovono in strada come pedoni o ciclisti attraverso un percorso informativo e formativo che prevede prove pratiche in bicicletta e una simulazione di incidente stradale.

Diffusione: Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura del Comune. Maggio 2023.

Iniziativa “STRADILANDIA”

Obiettivo e descrizione: Sensibilizzare i bambini al rispetto delle regole della strada.

Diffusione: Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura del Comune. Giugno 2023.

Iniziativa “IL MONOPATTINO ITINERANTE”

Obiettivo e descrizione: Istruire i ragazzi all'utilizzo consapevole del monopattino.

Diffusione: Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti, social e quotidiani locali. Gennaio - Maggio 2023.



AC SIENA

Iniziativa “Effettuazione di proposte di corsi”

Obiettivo e descrizione: Proposte ed effettuazione corsi TrasportACI Sicuri per adulti ad associazioni e strutture sanitarie.

Diffusione: Corsi online e in presenza. Cadenza bimestrale.

Iniziativa “ACI Ready to Go”

Obiettivo e descrizione: Realizzazione di almeno 1 modulo di guida sicura.

Diffusione: Sito istituzionale. Data da definire.

Iniziativa “ACI Ready to Go”

Obiettivo e descrizione: Realizzazione di almeno 1 giornata formativa presso gli istituti che ne faranno richiesta.

Diffusione: Sito istituzionale dell’Ente - Portale Edustrada. Data da definire.

Iniziativa “La strada tra passione e sicurezza”

Obiettivo e descrizione: Progetto interistituzionale sui temi della mobilità e della sicurezza stradale e della legalità.

Diffusione: Sito istituzionale dell’Ente - Media locali - Ufficio Stampa Comune di Siena. Data da definire.

Iniziativa “Ruote nella Storia”

Obiettivo e descrizione: Promozione del Club Aci storico e del motorismo storico in genere.

Diffusione: Sito istituzionale dell’Ente - Media locali - Sito istituzionale Aci Storico. Data da definire.

Iniziativa “Comunicazione sui media locali”

Obiettivo e descrizione: Comunicazione/promozione di eventi e corsi info-formativi sui temi dell’educazione e della sicurezza stradale.

Diffusione: Sito istituzionale, riviste online e quotidiani cronaca locale. Data da definire.



DIREZIONE TERRITORIALE CAGLIARI

TIPOLOGIA INIZIATIVA	Comunicazione istituzionale
TITOLO INIZIATIVA	A portata di mano – L'Aci in Lingua dei segni
STRUTTURE COINVOLTE	Direzione Gestione e sviluppo del PRA fiscalità automobilistica Direzione Educazione stradale, mobilità e turismo Direzione Sistemi informativi e innovazione Ufficio comunicazione
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	<p>In Italia vivono circa 70mila sordi prelinguali, una categoria non molto numerosa ma fortemente penalizzata, specie nel rapporto con una pubblica amministrazione per loro spesso irraggiungibile. Pur potendo tecnicamente leggere i contenuti di una pagina web, ad esempio, i sordi difficilmente sono in grado di comprenderne appieno il contenuto, per via di una scolarizzazione spesso molto bassa e anche perché la lingua dei segni ha una grammatica molto diversa dall'italiano. Questa iniziativa si propone di convertire una parte dei contenuti informativi del portale Aci (per esempio alcuni servizi del PRA e le iniziative legate alla Guida sicura) in brevi video realizzati con interpreti della Lingua dei segni. Aggiungendo anche una traccia audio, questi contenuti sarebbero fruibili anche dai non vedenti o ipovedenti (peraltro assai più numerosi: più di 1 milione, per lo più anziani).</p> <p>Sarebbe un ottimo esempio di effettiva inclusione e accessibilità, che troverebbe certamente una buona accoglienza e – con un'adeguata promozione – garantirebbe un buon ritorno di immagine per l'Aci.</p>



MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	<p>L'iniziativa potrebbe vedere il coinvolgimento dell'Ente nazionale sordi - ENS per individuare gli argomenti di maggiore interesse e la disponibilità di interpreti in lingua dei segni. Poi, una volta adattati i contenuti informativi alle esigenze della Lis, si tratterebbe di realizzare dei brevi video da pubblicare direttamente sul portale Aci. In corrispondenza di ciascun argomento, si potrebbe inserire un'icona per l'apertura del video con il medesimo contenuto in Lis.</p> <p>Per dare forza all'iniziativa, sarebbe utile un comunicato stampa e una campagna di comunicazione ad hoc, anche su base territoriale.</p>
TARGET	Utenti non udenti/audiolesi e non vedenti/ipovedenti
PERIODO DI DIFFUSIONE	Una volta pubblicati, i video rimarrebbero fruibili a tempo indeterminato (salvo l'esigenza di aggiornamenti o modifiche).
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Associazioni di categoria



APPENDICE 1

RIFERIMENTI NORMATIVI, PROSPETTIVE DI RIFORMA E VINCOLI DI SPESA

Il contesto ordinamentale esterno di riferimento per le attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni si sta evolvendo sotto la spinta non solo di interventi legislativi di riforma, ma anche di iniziative promosse da Organismi attivi nel settore pubblico, quali l’”*Open Government Forum*” e il “Team per la Trasformazione digitale”, che hanno contribuito alla redazione, o direttamente prodotto, interessanti strumenti operativi e di indirizzo in materia, senz’altro autorevoli nella prospettiva di evoluzione del settore e dei quali si parlerà in seguito.

Per quanto riguarda la **riforma complessiva del settore**, nel mese di gennaio 2020, il Ministro per la Pubblica Amministrazione ha insediato un “tavolo di lavoro” di stakeholder che, nell’ambito della strategia di *Open Government*, ha fornito un supporto per l’organica revisione della normativa e della contrattualistica relativa alla comunicazione pubblica elaborando un documento di sintesi sul tema.

Molte le novità contenute nel documento che poggia sull’idea della centralità del cittadino e sull’importanza strategica delle attività di comunicazione e informazione istituzionale. I **10 punti-chiave per la riforma** riguardano: la costituzione di un’Area unificata dedicata a comunicazione, informazione e servizi alla cittadinanza in cui operino i giornalisti e i comunicatori e in cui sia inserita, riconosciuta e valorizzata la competenza in comunicazione e informazione digitale; la trasparenza con rilevante dimensione comunicativa; smart working e lavoro agile; figure apicali e portavoce; tutela e riconoscimento del ruolo per chi già oggi è all’interno della PA e svolge attività giornalistiche, comunicative e di informazione e comunicazione digitale; formazione continua e qualificata; inclusione di nuove figure professionali con competenze digitali nell’Albo dei giornalisti e per la certificazione del comunicatore; focus specifico per i piccoli enti e per i settori sanitario e istruzione; manutenzione e monitoraggio permanente delle riforma, anche con sanzioni e incentivi; estensione della riforma alle società partecipate e agli enti pubblici economici; analisi di fattibilità di un polo previdenziale e assistenziale dedicato; assegnazione di una voce di bilancio dedicata all’Area e previsione di adeguate risorse per nuove assunzioni.

Questo “tavolo” ha avuto anche il compito di elaborare metodi ed obiettivi di una *social media policy* nazionale.

Il “tavolo” è composto da Dipartimento per l’informazione e l’editoria (DIE), Formez PA, Ordine dei giornalisti, Federazione Nazionale Stampa Italiana (FNSI), Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FERPi), Università, PA Social, Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), Giornalisti Uffici Stampa (GUS) e Associazione Italiana dei Consulenti ed Esperti in Proprietà Industriale di enti e imprese (AICIPI).



Tra gli stakeholder facenti parte del “tavolo di lavoro”, l’associazione “PA Social” ha già avuto modo di rappresentare in varie sedi - anche istituzionali - l’auspicato nuovo modello organizzativo per la comunicazione di enti e aziende pubbliche. Si tratta di un assetto ispirato da una logica di “redazione unica” e fondato sulla consapevolezza che i nuovi canali e strumenti di comunicazione digitale (*web, social, chat*) rendono indispensabile l’integrazione tra le funzioni di comunicazione, informazione, relazioni con il pubblico, rapporti con la stampa, *citizen satisfaction*, partecipazione, trasparenza e accesso civico, oltre che le campagne di comunicazione e l’organizzazione di eventi ed, infine, la comunicazione interna.

Il 5° Piano d’Azione Nazionale per il governo aperto 2022-2023 (5NAP) è il risultato di un processo di co-creazione che ha visto la collaborazione tra tutti gli stakeholders pubblici e privati interessati alle politiche di governo aperto. Il percorso realizzato, che ha coinvolto in media 70 partecipanti tra organizzazioni della società civile (OSC) e amministrazioni pubbliche (PA), ha portato a una definizione condivisa dei problemi e delle conseguenti priorità di azione per migliorare l’attuazione dei principi del governo aperto nel contesto nazionale.

Come previsto dalle regole di OGP, il 5NAP è stato sottoposto a consultazione pubblica online sulla piattaforma ParteciPa, nel periodo **25 gennaio - 24 febbraio 2022** con la finalità di ampliare la platea di attori pubblici e privati da coinvolgere nella realizzazione del Piano.

A seguire, sono stati pubblicati la versione definitiva del 5NAP (disponibile sul sito www.open.gov.it) e un report finale di rendicontazione sugli esiti della consultazione.

Il Piano si compone di 5 aree di azione:

1. *Governance* e strategia per il governo aperto;
2. Prevenzione della corruzione e cultura dell’integrità;
3. Rafforzamento della partecipazione della società civile;
4. Promozione e difesa dello Spazio civico;
5. Trasformazione digitale e inclusione.

Ai fini di cui si tratta, riveste particolare interesse l’area di intervento inherente il tema **“Trasformazione digitale e inclusione”**. Nello specifico, il 5NAP prevede interventi per recuperare il divario digitale culturale diffuso tra alcuni target di popolazione, quali gli anziani, le persone inattive e i giovani e contribuire anche a migliorare la possibilità di monitorare l’utilizzo delle risorse pubbliche, che in misura ingente saranno spese nell’attuazione del PNRR, favorendo la trasparenza e il monitoraggio da parte della società civile.

L’innovazione digitale è il principio su cui si basano le politiche di governo aperto ed è l’intervento essenziale e trasversale a tutti gli altri principi: trasparenza, partecipazione civica, lotta alla corruzione, *accountability*.



L'Unione Europea promuove investimenti in tecnologie, infrastrutture e processi digitali degli Stati membri, per aumentare la competitività europea su scala globale. In questo contesto, la priorità italiana è recuperare il profondo divario digitale e culturale che la contraddistingue, come evidenziato dal quartultimo posto in UE del Paese nell'indice DESI (Indice di digitalizzazione dell'economia e della società), e dall'ultimo posto sulle competenze digitali.

Alla scarsa diffusione delle competenze digitali si aggiunge una scarsa consapevolezza dei diritti di cittadinanza digitale. In tal senso, è importante attivare strumenti e iniziative volti a diffondere la consapevolezza tra i cittadini rispetto ai diritti legati alla cittadinanza digitale e al valore aggiunto apportato dai servizi digitali.

Per quanto riguarda lo stato della normativa vigente in materia, i riferimenti più innovativi sono ancora forniti dal cd. ***Freedom of Information Act (FOIA)*** italiano (decreto legislativo 25 maggio 2016, n. 97) e dalla relativa **circolare** di attuazione n. 2 del 30 maggio 2017, emanata dal **Ministro per la semplificazione e la pubblica amministrazione**.

Infatti, in attesa della riforma della legge 7 giugno 2000, n. 150 (recante “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle PA”), il **“principio di trasparenza”** (di cui all’art. 1 del novellato decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33) e il **diritto di accesso civico** a dati e documenti (di cui agli artt. 5 ss. dello stesso decreto) - che ne costituisce il più immediato corollario - rappresentano, tuttora, l’”ultimo approdo” della comunicazione pubblica.

In termini più operativi resta intatta la portata innovativa delle **indicazioni** relative al modo nel quale dovrebbe atteggiarsi la nuova comunicazione pubblica, fornite dalla menzionata **circolare** del Ministro per la semplificazione e la pubblica amministrazione, con particolare riferimento:

- alla necessità di instaurare un **“dialogo cooperativo”** con i richiedenti l’accesso civico; al riguardo il novellato decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33 pone a carico delle pubbliche amministrazioni l’obbligo di erogare un “servizio conoscitivo”, per condividere con la collettività il proprio patrimonio di informazioni secondo le modalità indicate dalla legge;
- alla necessità di tenere in particolare considerazione le richieste di accesso provenienti dai giornalisti e organi di stampa, nonché dalle organizzazioni non governative (cd. **“social watchdogs”**) verificando con la massima cura la veridicità e l’attualità dei dati e documenti rilasciati per evitare che il dibattito pubblico si fondi su informazioni non affidabili o non aggiornate;
- all’importanza della **“pubblicazione proattiva”**, valorizzando la possibilità di pubblicare informazioni, anche diverse da quelle oggetto di pubblicazione obbligatoria, per accrescere la fruibilità delle informazioni di interesse generale e l’efficienza nella gestione delle domande di accesso; per gli stessi motivi, le pubbliche amministrazioni sono invitate, inoltre, a valorizzare il **dialogo** con le **comunità di utenti** dei **social media**,



oltre che a pubblicare proattivamente sui siti istituzionali le informazioni di interesse generale o che siano oggetto di richieste ricorrenti di accesso.

Conserva attualità ed interesse, ai fini di cui si tratta, anche il documento recante **“Linee guida per la promozione dei servizi digitali della PA”** (attualmente disponibile *on line* nella versione 25 febbraio 2020) elaborato dal **“Team per la Trasformazione Digitale”**, in collaborazione con l’Agenzia per l’Italia Digitale. Di pari passo procedono anche le Linee guida di design per i servizi digitali della PA, nonché, da ultimo, le **Linee guida per l’accessibilità, contenenti indicazioni rivolte alle amministrazioni, con l’obiettivo di migliorare l’accessibilità degli strumenti informatici, compresi i siti web e le applicazioni mobili.**

Le Linee guida vogliono essere uno strumento di lavoro finalizzato a sostenere le pubbliche amministrazioni nella definizione di strategie di “comunicazione, *marketing* e racconto” sempre più rispondenti alla necessità di favorire la conoscenza e l’utilizzo dei servizi digitali da parte di cittadini e imprese.

Le indicazioni contenute nelle diverse Linee guida abbracciano tutto lo spettro degli strumenti di comunicazione oggi disponibili, senza trascurare nemmeno quelli tradizionali, *in primis* l’URP e gli sportelli al pubblico. Infatti la **comunicazione** attraverso **canali fisici** è considerata “un punto di incontro fondamentale per avvicinare i cittadini e le imprese alla pubblica amministrazione sia in fase di lancio sia in fase di aggiornamento e miglioramento di un servizio”.

Naturalmente, il maggiore spazio è dedicato alla **comunicazione digitale**, che viene analizzata in tutte le sue possibili articolazioni: sito *web* istituzionale (inclusi possibili siti tematici e *landing page*); *newsletter*; *social media* (*facebook*, *twitter*, *instagram*, *linkedin*, *youtube*); canali di messaggistica istantanea (*whatsapp* e *telegram*). Secondo le “Linee guida”, in questi canali “nasce cresce e si rafforza la reputazione di un ente e dei servizi che offre”; è quindi “fondamentale saperli gestire al meglio per creare un vero rapporto di dialogo tra cittadino e PA”.

VINCOLI DI SPESA

Le attività di comunicazione e gli eventi indicati nel presente documento sono stati pianificati nel rispetto dei **vincoli di spesa** fissati dagli strumenti di programmazione economico - finanziaria adottati dall’Ente e, in particolare, del “Regolamento per l’adeguamento ai principi generali di razionalizzazione e contenimento della spesa in ACI” approvato dal Consiglio Generale.

Le risorse economiche necessarie alla realizzazione delle medesime iniziative di comunicazione sono, nello specifico, definite nel *budget* di gestione relativo al periodo di riferimento. Dette risorse economiche stanziate per la comunicazione, nel documento previsionale, risultano distribuite tra i centri di responsabilità delle diverse Strutture



centrali funzionalmente competenti. Pertanto, i Direttori centrali - nella responsabilità gestionale dei quali rientra l'efficace attuazione delle iniziative individuate - opereranno nei limiti delle risorse che trovano copertura nelle corrispondenti voci di costo.

Per quanto riguarda **l'acquisto di spazi pubblicitari sui mezzi di comunicazione**, resta ferma la necessità di rispettare – in coerenza con le indicazioni di cui alla Direttiva 28 settembre 2009 del Presidente del Consiglio dei Ministri – i vincoli percentuali di spesa fissati dall’art. 41 del decreto legislativo 31 luglio 2005, n. 177 (“Testo unico dei servizi di *media* audiovisivi e radiofonici”), in base al quale le somme che le PA destinano, per fini di comunicazione istituzionale, all’acquisto dei predetti spazi pubblicitari, devono risultare complessivamente impegnate, sulla competenza di ciascun esercizio finanziario per almeno il 15% a favore dell’emittenza privata televisiva locali e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri UE e per almeno il 50% a favore dei giornali quotidiani e periodici.



APPENDICE 2

LINEE GUIDA PER LA “CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE STRATEGICA ACI 2023” (in attesa di approvazione da parte del Consiglio Generale)

Il Consiglio Generale, con deliberazione del 24 gennaio 2023 ha approvato le “Linee guida” per la Campagna di comunicazione strategica dell’ACI, relativamente all’anno 2023, e ha quindi autorizzato, previa verifica di congruità ai sensi dell’art. 192 del D. Lgs. n. 50/2016, l’affidamento *in house* ad ACI Informatica S.p.A. con l’incarico di realizzare, anche per il 2023, la “Campagna di comunicazione strategica ACI”.

In termini generali, la “Campagna” prevista per il 2023, è stata improntata, da una parte, alla definitiva affermazione **del digitale**, nelle sue diverse applicazioni, in particolare quelle legate all’informazione e, dall’altra, alla diffusione della corretta e completa visione della **mobilità sostenibile, sicura, ecologica e accessibile**, materia nodale per ACI e per le politiche dell’Unione Europea.

Nel corso del 2023 proseguirà inoltre la positiva connessione tra la comunicazione nazionale e la comunicazione degli AC territoriali, continuando nell’opera di formazione e di allineamento costante tra ACI e AC e nel progetto di “dissemination”.

Si riporta di seguito la tabella recante le “Linee guida” in argomento, redatte secondo le indicazioni metodologiche elaborate dal Dipartimento per la Funzione Pubblica.

Linee guida per la Campagna di comunicazione strategica ACI – anno 2023	
Obiettivi strategici	• Avviare un nuovo ciclo di qualificazione del posizionamento di ACI, per sostenere e valorizzare il ruolo protagonista di Aci nella transizione energetica, sempre partendo dai valori storici costantemente attualizzati, utilizzando sempre più la comunicazione digitale • Sostenere “l’ascolto” di ACI, riferimento Istituzionale globale sui temi della sicurezza stradale, della mobilità e della sua reale sostenibilità, della PA al servizio dell’automobilista e delle imprese di settore, degli sport automobilistici, del patrimonio storico automobilistico • Ampliare e rilanciare la presenza editoriale di ACI, attraverso lo sviluppo dell’attuale testata L’Automobile, ricercando nuovi ambiti per iniziative editoriali coerenti con la missione di ACI, intensificando le sinergie tra le diverse testate correlate ad ACI ed alle sue articolazioni



Obiettivi puntuali	<ul style="list-style-type: none">● Implementare le attività sui social media, sui quali ACI è eccellenza della P.A. per capacità di engagement dei cittadini● Ampliare e potenziare la diffusione dei messaggi di ACI, proseguendo nel coinvolgimento degli AC, anche a sostegno delle campagne informative e sociali di ACI● Presidiare e alimentare le relazioni con le Istituzioni (nazionali e locali) e con i sistemi d'impresa legati al comparto "automotive" e mobilità● Sostenere la crescita degli associati, con particolare attenzione al loro senso di appartenenza per rafforzare il ruolo di rappresentanza di ACI ● Proseguire e consolidare il dialogo con tutti gli utenti della strada, per "essergli a fianco" nel complesso e lungo processo di trasformazione della mobilità, per tutelarli nel panorama della crisi energetica e dell'aumento dei prezzi, mantenendo la specifica attenzione verso automobilisti, proprietari di auto e il miglior utilizzo dell'auto nella mobilità individuale (per lavoro, per diletto, per la famiglia,...).● Sostenere i temi strategici per ACI, con iniziative e attività di sensibilizzazione ad ampio spettro rivolte agli italiani in considerazione della recrudescenza dell'incidentalità per l'aumentata mobilità con particolare attenzione alle campagne per la sicurezza e per la nuova mobilità sostenibile, pur mantenendo gli altri grandi temi, quali il valore etico ed industriale del motorsport e la rilevanza della salvaguardia del segmento auto storiche.● Accompagnare e valorizzare nuove iniziative e servizi per gli associati e per tutti gli automobilisti.● Potenziare il supporto alla visibilità della rete di competenze diffusa sul territorio e alle articolazioni di Aci con le loro attività.● Implementare il coinvolgimento e l'integrazione della comunicazione di ACI, degli AC e delle articolazioni dell'Ente● Implementare i canali di comunicazione con i più giovani, dedicando specifiche modalità di servizi e di dialogo per chi si avvicina al mondo dell'auto e della mobilità.
Target	<ul style="list-style-type: none">● Tutte le famiglie italiane, che sono oltre 25 milioni di nuclei,● i giovani dai 16 ai 29 anni, con meno esperienza, più distratti e con maggiori criticità;● il mondo di chi lavora ed ha bisogni di mobilità individuale;● gli utenti della strada più deboli e gli automobilisti del futuro, bambini e ragazzi, scuole e scolaresche;



	<ul style="list-style-type: none">• gli appassionati e i cultori, tecnici e amatoriali, spettatori e sportivi;• i possessori e gli appassionati di auto storiche;• i nuovi immigrati, già oltre i 4 milioni di residenti permanenti.
Stakeholders	Gli influenti, gli interlocutori, i decisori del Sistema auto, quali ad esempio: <ul style="list-style-type: none">• Istituzioni politiche e di governo, nazionali e locali, Authority di regolazione dei trasporti, Authority per la concorrenza;• FIA e organizzazioni sportive;• media tradizionali e comunità digitali (web magazine, blog, social...),• organizzazioni di categoria, d'impresa, dei consumatori;• compagnie assicurative e autostradali, reti distributive;• appartenenti a vario titolo al settore “automotive”.
Linee di indirizzo (contenuti e stili)	<ul style="list-style-type: none">• ACI emerge attraverso il racconto dei suoi fatti, delle sue azioni, dei suoi contenuti concreti, del suo patrimonio di esperienze e competenze, analizzando costantemente i nuovi bisogni degli italiani e proponendo le soluzioni maggiormente rispondenti all'interesse generale. Ogni realizzazione di ACI diventa così l'occasione per valorizzare l'Ente, i suoi valori, le sue competenze, le sue professionalità.• Occorre comunicare senza mai dare per scontato che tutti ci conoscano, ossia con l'approccio di chi garbatamente segnala sempre chi è, cosa fa, dove vuole andare.• L'affermazione delle tecnologie digitali suggerisce un progressivo e deciso spostamento verso le forme di comunicazione più idonee a questi mezzi, con il linguaggio che gli è proprio.• La comunicazione in sé, ossia il modo di farla e il suo stile (il cosiddetto “tone of voice”), è di per sé strategica perché elemento primario per sottolineare e rafforzare il ruolo dell'ACI nella società contemporanea. Quindi, comunicare con attenzione ai contenuti rilevanti e di interesse, con modalità mai banali, con tecniche innovative ma efficaci, con un “mood” contemporaneo, è una scelta ponderata che con immediatezza propone una percezione forte, attuale e rivolta al futuro di ACI.• Comunicare avendo come focus il cittadino-automobilista che deve muoversi, il suo punto di vista, i suoi bisogni, i suoi desiderata e il suo linguaggio, con la convinzione che ACI (con le sue competenze) sia una parte rilevante del processo di modernizzazione del Paese così atteso dagli italiani. Perché ACI è e continuerà ad essere la più grande associazione di italiani che “disegna il futuro per farti muovere meglio nel presente”.



Aree di intervento per la Campagna di comunicazione strategica ACI – anno 2023

Di seguito si riportano le “**Aree di intervento**”, nell’ambito delle quali la Presidenza identificherà le iniziative ed attività di comunicazione per le quali conferire specifici incarichi ad ACI Informatica SpA.

In corrispondenza delle “Aree di intervento” si riportano anche le esigenze di comunicazione strategica che le iniziative ed attività andranno a soddisfare.

Servizi di supporto alla “Comunicazione nazionale ACI 2023”

L’avanzamento del piano strategico, la declinazione di nuovi supporti visivi e di comunicazione e la realizzazione delle attività di comunicazione, richiedono l’intervento di diverse e distinte professionalità, in grado di supportare il processo strategico e la governance delle attività anche con eventuali interlocutori esterni di elevato profilo e in grado di affiancare il percorso operativo di comunicazione.

Tali necessità di supporto saranno soddisfatte attraverso due distinti servizi.

Il primo, con un servizio di “supporto direzionale”, attraverso figure executive con alto profilo professionale e di esperienza, in grado di supportare l’Ente per:

- realizzazione e verifica del piano strategico della comunicazione 2023-2024 e delle sue articolazioni;
- governance delle attività connesse alla Comunicazione e gestione strategica delle stesse, con affiancamento on demand nella gestione degli stakeholder;
- coadiuvazione per la definizione/gestione del coinvolgimento, nella comunicazione dell’Ente, delle diverse articolazioni di ACI (AC provinciali, Società controllate);
- individuazione di nuovi elementi di identità visiva e di caratterizzazione;
- sviluppo strategico della presenza di ACI agli eventi apicali propri od organizzati da terzi;
- definizione di un piano di “dissemination” dei contenuti ACI verso gli AC locali e le articolazioni dell’Ente;
- eventuali situazioni di crisi.

Il secondo, tramite un servizio di temporary manager, con specialisti per la realizzazione delle attività puntuali di comunicazione:

- ❖ consulenza nell’analisi costante della situazione riguardante ACI e dello scenario in generale;
- ❖ affiancamento nell’applicazione del progetto di Comunicazione verso il contesto esterno (Automobilisti, Soci, Istituzioni, etc.), concorrendo alla identificazione e



- definizione operativa delle iniziative da mettere in atto per la realizzazione degli obiettivi strategici dell'Ente;
- ❖ affiancamento nella definizione di eventuali capitolati tecnici per l'acquisizione di quanto necessario per attuare le iniziative definite nell'ambito del progetto (Creatività, Produzione, Acquisto mezzi, etc);
- ❖ affiancamento nel coordinamento e monitoraggio della realizzazione delle singole iniziative;
- ❖ affiancamento nella definizione e gestione, e supporto “on demand” per eventi propri del mondo ACI.

Infine, per lo specifico dell'area digitale, saranno utilizzati servizi professionali per il Web e i “Social Media”, attività ad elevata specializzazione ed alta obsolescenza, con l'apporto di specifiche figure professionali quali: Social Media Manager, Web Content Editor, Photo/Video Editor, Web Analytics.

Le figure professionali affiancano il gruppo di lavoro della Comunicazione per le attività di Social Media Management, Produzione contenuti, Social Media Monitoring, Sponsoring dei contenuti.

Comunicazione “*corporate*” e di utilità sociale

Questa “Area di intervento” della “Campagna di comunicazione” è quella specificamente finalizzata alla diffusione della “visione” e dei valori dell'ACI attraverso i mezzi di comunicazione tradizionali e digitali oggi disponibili, coinvolgendo i grandi *mass media* a copertura nazionale.

Nel 2023 si intende orientare la comunicazione corporate ed istituzionale su due possibili direttive:

- la sicurezza stradale, che inizia con i corretti comportamenti alla guida e con il rispetto e la protezione dei diversi utenti stradali, a iniziare dai più vulnerabili, e che si incrementa con il corretto uso degli ADAS presente nelle vetture di ultima generazione o installati successivamente;
- la transizione della mobilità con la necessità di coniugare le nuove opportunità salvaguardando i bisogni individuali/familiari, anche alla luce delle criticità energetiche di oggi e del prossimo futuro, affermando la vision di ACI che considera la mobilità sostenibile in sè e al contempo: a minor impatto ambientale, con maggior sicurezza per tutti, accessibile a chiunque senza barriere economiche, facile e rapida come richiesto dai cittadini;

La comunicazione ACI degli ultimi anni ha spesso rappresentato un'eccellenza, per la capacità di introdurre nuovi linguaggi nella comunicazione pubblica e per la capacità di individuare e usare al meglio le caratteristiche dei diversi media, come peraltro testimoniato dai numerosi Premi internazionali ricevuti. E' intenzione per il 2023 di ristudiare l'originale modello di comunicazione fin qui adottato, sempre in coerenza e in



linea con quanto finora espresso, per aggiornarlo rispetto all’evoluzione e alla maggiore penetrazione dei media digitali.

Iniziative per la mobilità

La mobilità è stato uno dei temi chiave nel contrasto al Covid-19 e svolge un ruolo centrale nelle nuove politiche per la transizione energetica, mantenendo un’attenzione prioritaria da parte di tutti gli stakeholder e i cittadini, per l’attività del Governo e del Parlamento in materia trasportistica, nonché per le Amministrazioni locali in particolare nei grandi centri metropolitani.

Nonostante il periodo di lockdown per il Covid abbia dimostrato la scarsa rilevanza dei motori a combustione nell’emissione di polveri sottili e degli agenti clima-alteranti, l’atteggiamento critico, quando non ostativo, verso la mobilità veicolare conferma la necessità, non più rinviabile, di un ridisegno complessivo delle politiche per la mobilità urbana ed extraurbana, in grado di superare le incongruenze di talune politiche pubbliche, le permanenti carenze infrastrutturali e strumentali, i ritardi nell’attuazione di concrete misure a favore di una concreta mobilità integrata e funzionale ai bisogni della cittadinanza.

Nel 2023 si presume il permanere di un elevato prezzo dei carburanti (contenuto in parte da temporanei interventi governativi), un mercato dell’auto ancora debole, il ritorno all’uso di forti limitazioni nell’uso dell’auto come sta avvenendo a Milano.

Occorre, quindi, stimolare e alimentare la ricerca di nuove efficaci soluzioni per la mobilità, più rispettose dei dati scientifici, in grado di tutelare i bisogni di tutti i cittadini - a iniziare dalle fasce più deboli - e basate sulla riduzione delle emissioni e sulla neutralità tecnologica, ossia rivolte al risultato finale effettivo.

Si cercheranno iniziative verso gli Enti Locali e i decisori Istituzionali, attraverso la partecipazione ai convegni nazionali sulla mobilità sostenibile, e verso gli automobilisti, attraverso un’attività di informazione giornalistica sulle opportunità e i vantaggi delle forme più innovative di mobilità proposte o sostenute dall’ ACI.

Rafforzamento editoriale

Dopo il successo del riposizionamento de L’Automobile, l’ACI si appresta ad implementare le sue iniziative editoriali. Il rafforzamento editoriale rappresenta un’ulteriore affermazione del ruolo dell’ ACI nel settore auto e della mobilità in generale.



Al fine di sostenere questo rafforzamento, nel 2023 la comunicazione dell' ACI contribuirà alla definizione e supporterà il lancio dei nuovi prodotti editoriali. Questo affiancamento offrirà un altro tassello alla comunicazione istituzionale, in quanto pienamente coerente con gli obiettivi strategici delineati.

Iniziative per il supporto agli AC Provinciali

A seguito del lavoro per la “dissemination” e i risultati raggiunti, si ritiene opportuno e proficuo proseguire il supporto alla comunicazione degli AC provinciali. L'obiettivo è fornire agli AC i migliori strumenti atti a massimizzare la declinazione e la diffusione su scala locale delle notizie/informazioni provenienti da ACI oppure sostenere le notizie/informazioni autonomamente generate dagli AC.

La vicinanza dell'emittente di un messaggio al cittadino aumenta l'efficacia della comunicazione, che appare più coinvolgente e legata alle necessità del cittadino. L'articolata rete degli AC, diffusa in tutta Italia, permette questo approccio diretto che va sfruttato al meglio delle sue possibilità grazie all'intervento di ACI.

Partecipazione a eventi sportivi e/o sul mondo dell'auto

Il ruolo di ACI nello sport è tra i più qualificanti e vettore di visibilità, come dimostrato dai ben tre GP di Formula 1 disputati in Italia nel 2020, i due del 2021 confermati nel 2022 e nel 2023 dal GP di Monza e dal GP del Made in Italy a Imola, grazie all'attenta regia di ACI.

Occorre sempre ricordare che questo forte impegno di ACI ha impatto per la credibilità e l'autorevolezza del complessivo Sistema Italia, non solo per la gioia degli appassionati nel Mondo.

Altrettanto rilevante è l'impegno per la salvaguardia del patrimonio delle auto storiche italiane e per la loro qualificazione. Permane costante la crescita, per interesse e qualità, delle competizioni riservate ai veicoli storici che vede ACI quale protagonista positiva. I valori italiani dell'accoglienza turistica, delle eccellenze tecnologiche, dell'arte e dei paesaggi, come dello stile automobilistico o della tradizione secolare, sono stati e sempre più saranno elementi distintivi dell'Italia nel panorama internazionale e concorrono - soprattutto attraverso i grandi eventi (agonistici, sportivi, amatoriali) – all'immagine e all'attrattività del Paese.

Sono quindi numerosi i grandi eventi legati ai motori – direttamente o indirettamente - di diffusione nazionale e internazionale che caratterizzano e/o coinvolgono l'attività di ACI, come centinaia le manifestazioni e le competizioni organizzate sui territori. Eventi



che nel 2022 sono tornati ad essere celebrati nella migliore cornice di pubblico, non più contingentato.

Nel 2023 tali iniziative coinvolgeranno ulteriormente la passione pura per l'auto e la comunicazione valuterà le opportunità di visibilità offerte da quelle di caratura internazionale e capaci di essere vettore dei valori di ACI, anche al fine di supportarle per la loro migliore riuscita

In particolare, si segnalano:

- Il GP di Imola, nel cuore della Motor Valley e dedicato al “fare” italiano;
- Il GP di Monza di Formula 1, a chiusura dell’anno del Centenario dell’Autodromo;
- Il MiMo, Milano Monza Open Air-Motor Show, giunto alla sua terza edizione;
- La Targa Florio, la più antica competizione automobilistica del mondo ancora attiva, con le sue grandi opportunità di crescita specie sul piano internazionale;
- L’AME, Auto e Moto d’Epoca, il più “ricco” appuntamento europeo per le auto storiche che si trasferisce nei più ampi e funzionali spazi di Fiera Bologna.

Partecipazione ad eventi per promuovere l’immagine dell’ACI

Da qualche anno ACI partecipa proattivamente a eventi organizzati da altri soggetti, coerenti con i valori dell’Ente e in grado di evidenziare ACI e le sue attività.

Questi eventi sono un costante strumento per incontrare e dialogare direttamente con i cittadini, alimentare il dialogo e diffonderlo attraverso le piattaforme digitale, coinvolgere i diversi pubblici nelle attività dell’ACI a loro rivolte, sviluppando relazioni con influencer e opinion maker.

Capacità ed esperienze dell’ACI raggiungono una platea molto attenta e motivata, come attestano i risultati di queste partecipazioni.

Nel 2023 si proseguirà nel selezionare gli eventi in grado di offrire le migliori opportunità e orientati a comprendere le evoluzioni sociali ed economiche che sono correlate con l’evoluzione dei bisogni di mobilità e/o dedicati ad approfondire il valore culturale perché indirizzano i corretti stili di vita, e/o indirizzati a comprendere e raccontare l’impatto delle nuove tecnologie.

Tra quelle già affiancate con successo nel passato e considerate tra le più significative che si prospettano nel 2023, saranno analizzate le opportunità di comunicazione dell’ACI e definite le eventuali forme di partecipazione.



Ricerca sul posizionamento di mercato dell'ACI

Per comprendere l'efficacia delle attività sopra esposte e cogliere le evoluzioni del sentimento degli italiani sul complesso delle tematiche di interesse per l'ACI, si ipotizzano azioni di ascolto e verifica della percezione dell' ACI presso gli italiani. Questa attività sarà integrata e implementata anche attraverso iniziative specifiche di analisi dell'ambiente digitale. Inoltre si ritiene interessante valutare l'adesione a osservatori mensili della pubblica opinione, attraverso i quali poter formulare specifiche e puntuali domande sui diversi temi che via via potranno interessare e interagire con le attività di ACI.



Pianificazione Campagna di comunicazione strategica ACI – anno 2023	
AREE DI INTERVENTO	
1. SERVIZI DI SUPPORTO ALLA " COMUNICAZIONE NAZIONALE ACI 2023"	
2. CAMPAGNA CORPORATE E DI UTILITA' SOCIALE	
3. INIZIATIVE IN TEMA DI MOBILITA'	
4. RAFFORZAMENTO EDITORIALE	
5. INIZIATIVE PER IL SUPPORTO AGLI AC PROVINCIALI	
6. PARTECIPAZIONE A EVENTI SPORTIVI E/O SUL MONDO DELL'AUTO	
7. PARTECIPAZIONE A EVENTI PER PROMUOVERE L'IMMAGINE DELL'ACI	
8. RICERCA SUL POSIZIONAMENTO DI MERCATO DELL'ACI	