



Automobile Club d'Italia

DELIBERAZIONE ADOTTATA DAL COMITATO ESECUTIVO
NELLA RIUNIONE DEL 21 FEBBRAIO 2024

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 31 gennaio 2024, con la quale viene sottoposta la pianificazione delle attività di comunicazione e degli eventi per il 2024; visto il documento a tal fine predisposto, redatto in conformità alle disposizioni della legge n.150/2000, agli indirizzi in materia di comunicazione pubblica forniti dal Dipartimento della Funzione Pubblica e alla regolamentazione interna all’Ente, sulla base delle proposte formulate dalle Strutture centrali dell’ACI nell’ambito delle rispettive funzioni ordinamentali e dei budget alle stesse assegnati; 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 2024 approvata con deliberazione del Consiglio Generale del 24 gennaio 2024; considerato che le iniziative e i progetti di comunicazione programmati nel Piano si pongono in particolare 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 di sviluppare gli eventi di rilievo istituzionale e di interesse storico in materia di automobilismo e mobilità che possono concorrere ad arricchire e migliorare la visibilità e l’immagine dell’Ente, anche attraverso il coinvolgimento degli Automobile Club federati; ritenuti gli eventi e le iniziative previsti nel Piano idonei a supportare adeguatamente la complessiva azione di comunicazione dell’Ente, in funzione della promozione dell’immagine dell’ACI, e in generale della Federazione, presso la collettività e gli interlocutori istituzionali e della valorizzazione del suo ruolo di pubblica amministrazione ed ente esponente degli interessi degli automobilisti; **approva** all’unanimità il Piano della comunicazione e degli eventi per l’anno 2024 nel testo allegato al verbale della seduta sotto la lett. A), che costituisce parte integrante della presente deliberazione. Le attività e le iniziative previste nel Piano sono suscettibili di integrazioni e/o variazioni in relazione agli sviluppi della pianificazione allo stato non prevedibili e ad ulteriori elementi e proposte che dovessero pervenire dalle Strutture di riferimento. La Direzione Centrale Presidenza e Segreteria Generale è incaricata di curare gli adempimenti connessi e conseguenti all’adozione della presente.”.

Il Presidente



Automobile Club d'Italia

Piano della comunicazione e degli eventi

A cura della
Direzione Presidenza e Segreteria Generale

2024



| INDICE DEI CONTENUTI | pag |
|---|-----|
| 1. Premessa | 1 |
| 2. Sintesi delle iniziative e attività realizzate nel 2023 | 2 |
| 3. Analisi dello scenario | 3 |
| 4. Comunicazione strategica ACI 2024 e Piano delle iniziative e degli eventi | 8 |
| 5. Focus sui Social media ACI | 11 |
| | |
| <i>Allegato 1 - Schede di dettaglio delle iniziative 2024</i> | 16 |
| <i>Allegato 2 - Piano degli eventi</i> | 24 |
| <i>Allegato 3 - Iniziative Automobile Club e Uffici Territoriali</i> | 48 |
| <i>Appendice 1 – Normativa di riferimento</i> | 128 |
| <i>Appendice 2 – Campagna di comunicazione strategica</i> LINEE GUIDA PER LA “CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE STRATEGICA ACI 2024” | 133 |



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 mese di gennaio 2024 saranno esaminate, per successiva approvazione, le linee e gli indirizzi di comunicazione strategica istituzionale per l'anno 2024 (consultare **Appendice 2** "Linee guida per la Campagna di comunicazione strategica ACI").*

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

*Prima della disamina delle attività programmate, si riporta anche **una breve sintesi di quanto pianificato e realizzato nel corso dell'anno 2023.***



2. SINTESI DELLE INIZIATIVE E ATTIVITA' REALIZZATE NEL 2023

A) INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE ESTERNA

- **"15a Giornata della Trasparenza"** svoltasi il 13 giugno 2023. 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;
- **"Etica e legalità"**- Cittadini più consapevoli: Trasparenza, privacy, accesso ai dati tra diritti, responsabilità e qualità della vita - un evento, tenutosi il 1 dicembre 2023, per tutto il personale dell'ACI e per gli stakeholder per riflettere sui valori etici che guidano il nostro agire quotidiano;
- diffusione della **nuova versione dell'app Aci Space** che offre agli automobilisti un insieme di servizi che garantiscono una mobilità sicura e informata, con lo sviluppo di alcune novità, dal risparmio sul carburante al valore reale di un'auto usata, dalla convenienza di noleggio e sharing all'aggiornamento in tempo reale su copertura assicurativa e revisione su tutti i veicoli;
- realizzazione del progetto editoriale per la produzione e diffusione di tre riviste, **L'Automobile** (per i cultori dell'automotive) edita nel mese di giugno 2023, **L'Automobile Classica** (destinata agli appassionati di automobilismo storico) in edicola da fine maggio 2023 e **Young Classic** (rivolta ai giovani che si avvicinano alla passione per le auto storiche) disponibile dal mese di marzo 2023;
- **iniziative di ACI Storico** veicolate attraverso diversi canali quali newsletter e sito ufficiale di Aci Storico;
- promozione di gare e manifestazioni automobilistiche attraverso i canali ufficiali di ACI Sport e i social media ACI.

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 un nuovo strumento di comunicazione, i podcast, file audio in stile radiofonico, per la diffusione delle informazioni contenute nella rassegna stampa e per iniziative di formazione in tema di comunicazione;



C) PIANO DEGLI EVENTI

La piena ripresa delle attività, anche con riferimento all'organizzazione degli eventi, ha dato impulso alla realizzazione, nel corso del 2023, 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 2023 sono stati:

- Partecipazione al "FORUM PA";
- 76a Conferenza del Traffico e della Circolazione, tenutasi in Sede Centrale ACI il 28 novembre, in cui è stato presentato lo studio della Fondazione Filippo Caracciolo "L'auto di domani – sicura, sostenibile e accessibile";
- convegno di presentazione del "1° Rapporto sul mondo delle auto storiche", realizzato dalla Fondazione Filippo Caracciolo, presentato in Senato nel mese di aprile;
- 92^ Gran Premio d'Italia di F1 di Monza;
- FIA Spring Meeting;
- WRC - Rally d'Italia Sardegna;
- Giffoni Film Festival;
- Extreme E;
- Aci Storico festival - Historic Minardi day;
- Concorso di eleganza città di Trieste;
- 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 esponente degli interessi degli automobilisti.

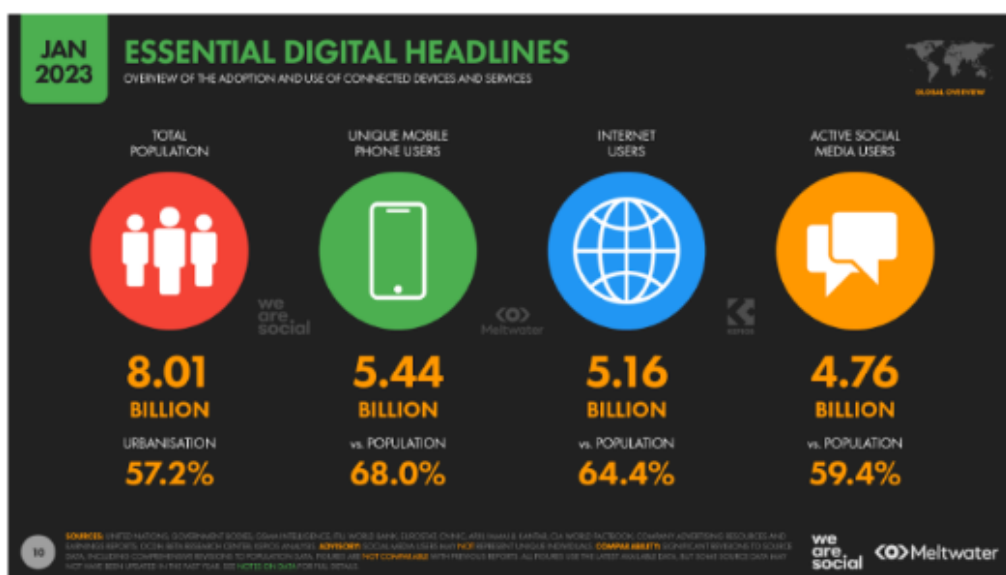
Le iniziative di comunicazione strategica intraprese negli ultimi anni hanno prodotto un grande ritorno d'immagine dell'ACI come protagonista pubblico del settore *automotive*,

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, un **ruolo importante** è ormai svolto da **canali di comunicazione “a distanza” (online)**. In merito all'utilizzo dei canali online, appare allora utile evidenziare lo sviluppo dei trend caratterizzanti lo scenario digitale¹:

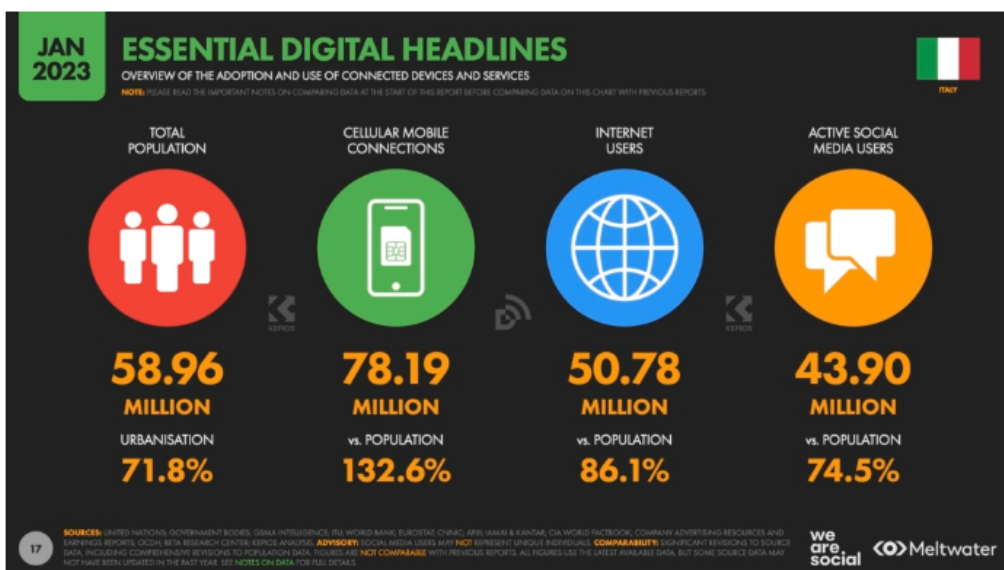
- su **scala globale, gli utenti di internet sono pari a 5,16 miliardi**, con un incremento dell' 1,9% (+98 milioni) rispetto a gennaio 2022. La penetrazione internet mondiale si attesta quindi al 64,4%, ma alcuni ritardi nella comunicazione dei dati indicano che la crescita effettiva è probabilmente superiore. Sono **4,76 miliardi gli utenti delle piattaforme social nel mondo**, con un incremento annuo del 3,0%, (137 milioni di nuovi utenti). La penetrazione delle piattaforme social si attesta quindi al 59,4% della popolazione mondiale.



¹ I dati sono tratti dai report “Digital 2023”, curati da We are social srl insieme ad Hootsuite, piattaforma leader nel settore del social media management.

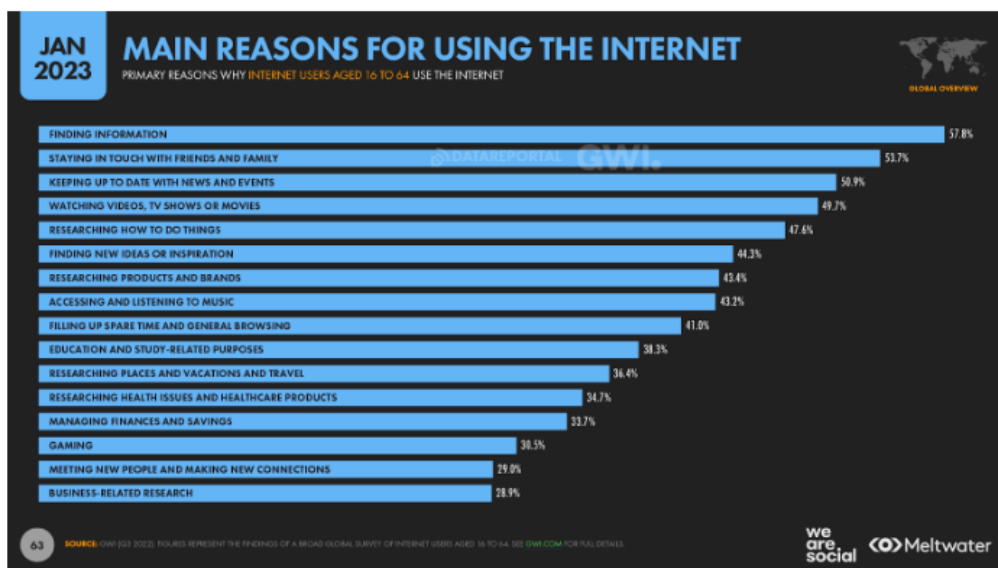


- in **Italia** circa **51 milioni di persone sono online ogni giorno** e poco meno di 44 milioni quelle attive sui canali social, con una penetrazione che si avvicina al 75%. Un Paese, quindi, che si conferma maturo e connesso, con un trend in crescita per quanto riguarda Internet, piattaforme social e nuove tecnologie.

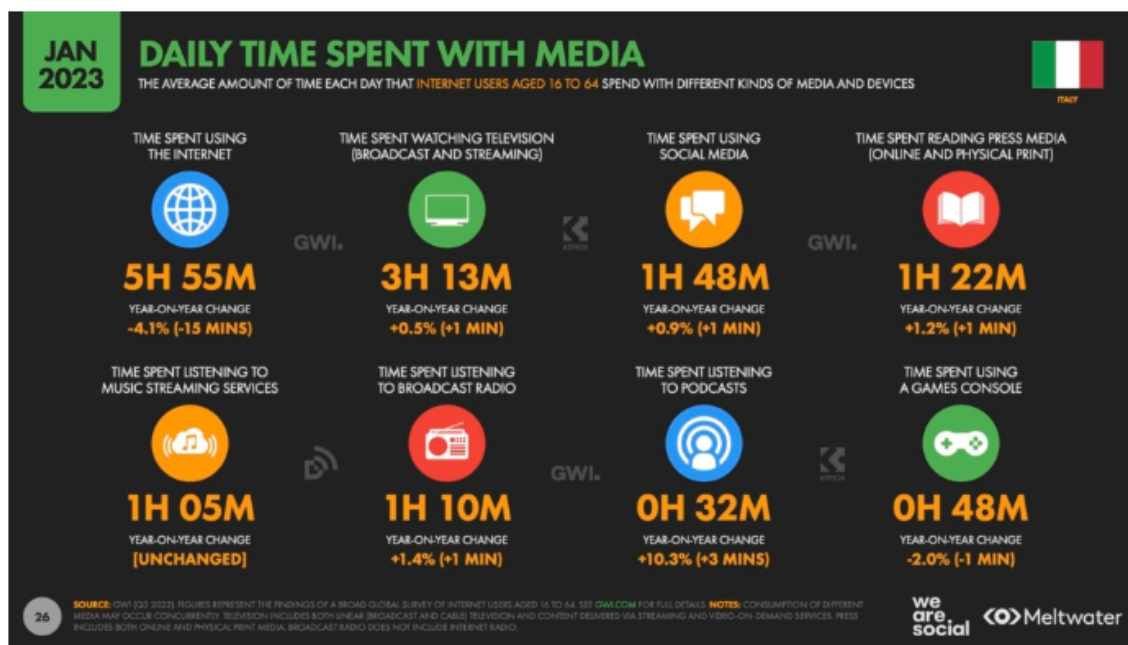


Nonostante recenti rilevazioni mostrano come i comportamenti di ricerca si stiano evolvendo, “ricercare informazioni” è ancora il motivo principale per cui le persone usano Internet oggi. Si evidenzia che quasi 6 utenti (in età lavorativa) su 10 fanno ancora riferimento a risorse online quando cercano informazioni, prima di:

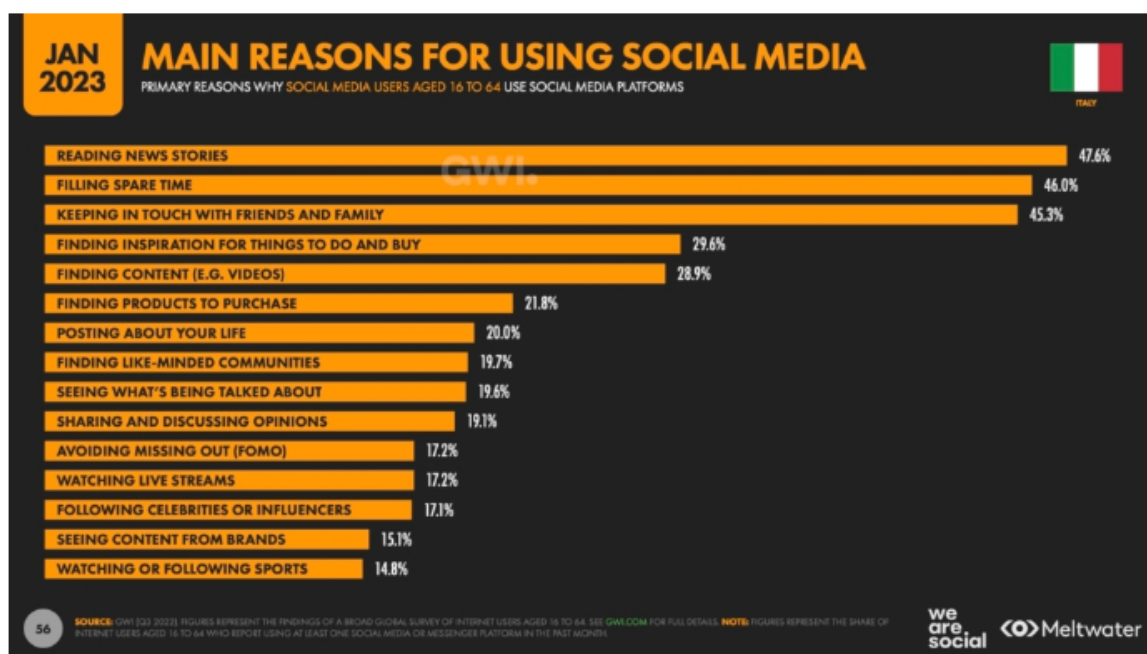
- rimanere in contatto con amici e familiari (53,7%);
- rimanere aggiornati su notizie e attualità (50,9%);
- guardare video (49,7%).



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 48 minuti sui social media**.



Le motivazioni principali per cui le persone visitano e partecipano alla conversazione sui social sono legate all'informarsi, al rimanere in contatto con i propri cari, al passare il tempo (tutti sopra il 40%). Poco dietro la ricerca di ispirazione su cose da fare o prodotti da acquistare, e la ricerca di contenuto, ad esempio video (entrambe voci prossime al 30%).



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.

Accessibili da ovunque, in ogni momento, i podcast sono sempre più fedeli compagni delle giornate degli italiani. In Italia sono 16,4 milioni le persone che negli ultimi 12 mesi li hanno ascoltati, un numero che cresce costantemente anno su anno. Se rispetto al 2022 la crescita è di 1 milione di persone (+7%), quella in un lustro è ancora più impressionante: nel 2018, gli ascoltatori di podcast erano “solo” 10,3M, quindi in 5 anni si è assistito a un sorprendente +59% di ascoltatori.²

² A rivelarlo l'ultima ricerca di NielsenIQ (NIQ) per Audible – società Amazon tra i maggiori player nella produzione e distribuzione di audio entertainment (audiolibri, podcast e serie audio)



4. COMUNICAZIONE STRATEGICA ACI 2024 E PIANO DELLE INIZIATIVE E DEGLI EVENTI

4.1 Comunicazione strategica

Il Consiglio Generale ha approvato nella seduta del 24 gennaio 2024 le “Linee guida” per la Campagna di comunicazione strategica dell’ACI autorizzando l’affidamento *in house* ad ACI Informatica S.p.A. dell’incarico da realizzare, anche per il 2024, la “Campagna di comunicazione strategica ACI”.

La “Campagna” prevista per il 2023 è stata improntata alla **definitiva affermazione del digitale**, che ha rafforzato ulteriormente la sua presenza nel panorama mediatico, dando vita a nuove modalità di approfondimento e informazione. E’ stata strumento per l’ACI per presentare la sua idea di mobilità, sicurezza stradale, consolidando il proprio ruolo nella transizione verso soluzioni sostenibili con uno sguardo attento alle novità anche in tema di Intelligenza Artificiale.

La **sinergia tra la comunicazione nazionale e quella degli AC territoriali** ha dimostrato di essere un elemento chiave nel facilitare una diffusione più efficace dei contenuti. Questa connessione proficua ha consentito di adattare i messaggi alle peculiarità specifiche di ciascun territorio, moltiplicando così l'impatto delle comunicazioni. Grazie a questa collaborazione, le notizie sono state veicolate in modo più mirato, risuonando con le diverse realtà locali e rafforzando l'efficacia della comunicazione complessiva.

La **Campagna di comunicazione strategica ACI 2024** proseguirà quindi, in linea e coerentemente con quanto perseguito nel 2023, **con un focus sulla costante diffusione delle soluzioni, proposte, visione e indicazioni chiave relative ai temi fondamentali dell'automobilismo e della mobilità**. L'obiettivo principale è mettere in evidenza il ruolo preminente dell'ACI in questo settore, preservare una reputazione elevata dell'Ente e generare un'opinione favorevole nei confronti delle attività svolte. Tale approccio contribuisce significativamente a plasmare positivamente l'opinione pubblica, consolidando la posizione dell'ACI come un attore chiave nel dibattito sulla mobilità e sull'automobilismo.

Nell’**Appendice 2** sono riportate nel dettaglio le “Linee Guida per la campagna di comunicazione strategica ACI 2024” redatte secondo le indicazioni metodologiche elaborate dal Dipartimento per la Funzione Pubblica e le “Aree di intervento”, nell’ambito delle quali la Presidenza identificherà le iniziative e le attività di comunicazione per le quali conferire specifici incarichi ad Aci informatica SpA.



4.2 Comunicazione istituzionale e piano degli eventi

Parallelamente alla Campagna di comunicazione strategica, ad integrazione delle azioni in essa previste, si riportano di seguito, in modo sintetico, le **iniziative di comunicazione** istituzionale per il 2024 e il **Piano degli Eventi**, come proposti dalle diverse Strutture centrali dell'Ente in riscontro alla nota del Segretario Generale dell'11/10/2023, prot. n. 440/23, salvo successive integrazioni da parte delle Stesse.

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 previste sono sette e riguardano:

1. **16^a giornata della Trasparenza** (in attuazione del D.lgs. 14 marzo 2013, n. 33 articolo 10 comma 8 Lettera A), curata dalla *Direzione Trasparenza, Anticorruzione, Attività ispettive e Relazioni con il Pubblico* per coinvolgere gli stakeholders nei confronti delle politiche di trasparenza e anticorruzione di ACI.
2. **ITALIA ON THE ROAD - Le strade del cuore.** ACI è strettamente legata ai territori e ad una nuova cultura della mobilità, sempre più sicura e sostenibile. Nasce così l'esigenza di una strategia promozionale al fine di proporre un turismo sostenibile in termini ambientali, economici e sociali per promuovere i progetti comunitari dedicati ad Automotive e Turismo. E' stata prevista quindi, in collaborazione con Rai e Anas, la realizzazione di un format televisivo diviso in 6 puntate da 15 minuti dove, in ogni puntata, viene presentato un territorio da scoprire, conoscere e vivere con l'obiettivo di migliorare l'accessibilità e l'attrattività di siti di interesse turistico di particolare pregio storico, naturalistico e culturale al fine di aumentare l'attenzione su borghi italiani poco noti.
3. **servizi digitali Aci Space**, a cura della *Direzione Sistemi Informativi e Innovazione*. Si prevede la diffusione dei nuovi servizi digitali che verranno sviluppati sul canale mobile, con evidenza dei vantaggi e benefici per i cittadini automobilisti.
4. **servizi Aci innovativi - Tecnologia AI**, a cura della *Direzione Sistemi Informativi e Innovazione*. L'"Aci Smart Assistant", che sfrutta un'integrazione realizzata con lo Smart Assistant di Google e di Amazon (Alexa) è basato su software che utilizzano l'interazione vocale; è in grado di servire potenzialmente molteplici casi d'uso erogando informazioni tramite device "home" e "mobile".
5. **Aci Storico nel Metaverso**, a cura della *Direzione Sistemi Informativi e Innovazione*. L'iniziativa persegue l'obiettivo di coniugare l'automobilismo classico



con il Metaverso, in un'esperienza immersiva per vivere e condividere una passione senza tempo.

6. **due campagne di sviluppo associativo per proseguire con la strategia di riposizionamento delle tessere associative**, curate dalla *Direzione Compartimentale Toscana, Liguria, Umbria, Sardegna, Marche, Emilia Romagna con Coordinamento delle Attività associative e Gestione e Sviluppo Reti*.
7. **presentazione Bilancio sociale 2023**. L'evento è volto a far conoscere le iniziative realizzate ed i risultati raggiunti dalla Federazione nel 2023, evidenziando quanto fatto in termini di responsabilità sociale ed ambientale e quindi il valore prodotto per la collettività.

Riguardo alla **comunicazione interna** è previsto il rafforzamento nell'utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione (podcast e altri contenuti multimediali), anche attraverso la Newsletter ACI (*RaP*), per rafforzare il dialogo interno ed il benessere organizzativo.

B) Piano degli Eventi

La pianificazione degli eventi da realizzare nell'anno 2024, curata dalla *Direzione per l'Educazione stradale, la Mobilità ed il Turismo*, è riportata nell'**Allegato 2**.

Per il 2024 si propone, anche in considerazione della generale esigenza di un rigoroso contenimento delle spese, di consolidare e confermare l'organizzazione degli eventi realizzati nell'anno 2023, facendo tesoro delle esperienze maturate, dei risultati ottenuti e delle criticità emerse, con l'obiettivo di migliorare i risultati medesimi, che dovranno essere orientati alla massima valorizzazione dell'Ente, della sua immagine e del suo ruolo istituzionale.

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 nell'Allegato 2 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 2023, si è consolidata la positiva connessione tra la comunicazione nazionale e la comunicazione degli AC e Uffici territoriali, declinando i messaggi secondo la peculiarità dei singoli territori e proseguendo contestualmente, nell'opera di formazione e di allineamento costante tra ACI e AC nel progetto di "dissemination".

In questa ottica, nel 2024 proseguirà e si rafforzerà il coinvolgimento degli AC territoriali con numerose iniziative nell'intento di massimizzare la diffusione su scala locale delle notizie/informazioni provenienti da ACI e, viceversa, di sostenere le notizie/informazioni autonomamente generate dagli AC.

Tra le 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** che sono state trasmesse dagli Automobile Club in riscontro alla nota del Segretario Generale dell'11/10/2023, prot. n. 440.

5. FOCUS SUI SOCIAL MEDIA ACI

Nel 2024 i social media rimarranno una componente fondamentale nel contesto della comunicazione istituzionale e sportiva.

La comprensione e l'adattamento ai cambiamenti e alle evoluzioni delle principali piattaforme social rappresentano un aspetto cruciale per rimanere rilevanti e competitivi in questo panorama comunicativo.

Mentre il gruppo Meta ha confermato la sua posizione dominante grazie a piattaforme come Facebook e Instagram, TikTok continua a guadagnare molto terreno, emergendo come un attore di rilievo nel mondo della comunicazione e non solo, riuscendo ad influenzare i settori più vari.

Twitter, ora "X", invece, dopo il cambio di proprietà (acquisizione da parte di Elon Musk) e della ristrutturazione delle sue Direzioni aziendali, sta progressivamente modificando ciò che gli utenti possono fare gratuitamente nell'app e cosa invece sarà offerto dietro il pagamento di un abbonamento.

Contesto generale

Nel contesto della strategia di comunicazione social di ACI è essenziale avviare una riflessione approfondita sulla fase di transizione che sta caratterizzando il mondo della comunicazione e dell'automobile.



Recentemente, si è assistito, anche in Italia, ad un aumento dell'attenzione su tematiche di rilevanza sociale, con particolare enfasi sull'inclusione e la sostenibilità. Numerose azioni, provenienti da Enti, imprese e cittadini, stanno delineando la necessità di una società inclusiva, capace di accogliere la diversità e di estendere opportunità a tutti.

Il concetto di sostenibilità si estende però oltre l'ambito ambientale, abbracciando anche le dimensioni sociale ed economica. Tale approccio richiama la necessità di compiere scelte consapevoli e orientate al lungo periodo in ogni settore.

In questo contesto di trasformazione, l'ACI si pone come un attore chiave, guidato dalla consapevolezza dei cambiamenti in corso e dalla volontà di contribuire a un futuro automobilistico più inclusivo, sostenibile e adattato alle esigenze di una società in evoluzione.

Tutto questo senza dimenticare il suo ruolo istituzionale a tutela dei cittadini, tenendo conto delle difficoltà per gli automobilisti di adattarsi ed essere al passo con le normative europee che vorrebbero un parco circolante più moderno e meno inquinante: dalle difficoltà economiche a quelle infrastrutturali oggi risulta impossibile, grazie anche alle diverse evidenze raccolte tramite le ricerche pubblicate, realizzare un cambiamento a breve periodo (2030).

Analisi dell'audience e del sentiment

Comprendere l'opinione del pubblico rimane un aspetto cruciale nella strategia dell'ACI che, al fine di aumentare il sentimento positivo, adotterà un approccio comunicativo a lungo termine capace di accrescere la credibilità nei momenti più significativi dell'organizzazione.

Sulla base delle precedenti premesse dunque si attuerà da un lato un piano di comunicazione social mirato a rafforzare la presenza dell'ACI su temi sociali specifici spostando l'attenzione da una **reattività immediata a una prospettiva di pianificazione anticipata** e dall'altro si modificherà l'approccio sulla base dell'analisi del sentiment e delle sue oscillazioni.

I Pillar della comunicazione social ACI nel 2024

In questo contesto in rapida evoluzione, l'ACI si impegna a mantenere una presenza significativa sulle piattaforme social esistenti, sfruttando la propria posizione consolidata.

L'obiettivo principale è quello di **rafforzare la sua presenza sui social media** e di confermare così il proprio ruolo sui temi propri dell'ente e su quelli rilevanti per



l'audience: Mobilità ed ESG (Environmental, Social, Governance ovvero le tre dimensioni fondamentali per verificare, misurare e controllare l'impegno in termini di sostenibilità).

Il senso di novità del 2024 è individuato nella necessità di **rispondere con costanza e assiduità** a questi temi, e non lasciare che l'ente si esprima solo in occasione di giornate internazionali o input esterni.

La comunicazione social, attraverso i temi trattati di seguito, avrà come obiettivo quello di essere un **punto di riferimento continuo** così da rafforzare il proprio ruolo e la propria credibilità.

Dettaglio attività social 2024

Tematiche

Missione Istituzionale

L'ACI si impegna a fornire un'osservazione attenta e approfondita delle iniziative promosse, degli accordi stipulati, dello scenario automobilistico italiano e delle normative necessarie a promuovere una maggiore inclusione del cittadino, economica e sociale.

Mobilità sicura e sostenibile

Rispettando la propria mission ma anche seguendo il trend comunicativo nazionale, l'ACI si impegnerà a promuovere sui social, con campagne di comunicazione mirate ma anche campagne informative dedicate, le principali regole del codice della strada, il mancato rispetto delle quali risulta essere causa di incidentalità in tutta la nazione. Il piano 2024 prevede un impegno maggiore e continuo sul tema della sicurezza stradale e della disabilità, con campagne ad hoc nelle giornate dedicate del 17 novembre (Giornata mondiale delle vittime della strada 2024) e del 3 dicembre (Giornata internazionale delle persone con disabilità 2024).

Automobile Club Locali e comunicazione integrata

La capillarità dell'ACI sul territorio, resa possibile grazie alla presenza e alla collaborazione degli Automobile Club provinciali, rappresenta uno strumento incredibilmente efficace per diffondere i principi fondamentali, raggiungere gli obiettivi comunicativi dell'organizzazione e promuovere i servizi offerti ai cittadini.

È cruciale garantire che la rete degli Automobile Club locali sia in grado di lavorare in sintonia con la strategia di comunicazione centrale ACI. Per questo motivo, l'ACI è determinata a fornire un supporto sempre più solido agli AC nell'organizzazione delle attività a livello locale e nella formazione del loro personale.



L'obiettivo è dotare gli AC degli strumenti necessari per condurre attività comunicative efficaci e coerenti con i valori e gli obiettivi dell'Ente. A tal fine, si prevede di offrire corsi dedicati che permettano al personale di acquisire le competenze necessarie per condurre una comunicazione social corretta ed efficace. Questa iniziativa consentirà di massimizzare l'impatto della rete territoriale e di garantire una presenza significativa dell'ACI a livello locale, rafforzando ulteriormente la missione di promuovere la mobilità sicura e responsabile.

Continuerà inoltre la condivisione delle principali campagne nazionali e sarà data maggiore evidenza a quelle locali.

Comunicazione FIA

Nel corso del 2024, l'ACI confermerà la propria posizione di rilevanza all'interno del panorama internazionale. L'ente continuerà infatti a sostenere le iniziative globali promosse da FIA, diffondendo i contenuti attraverso i propri social e partecipando attivamente alle numerose riunioni ed eventi internazionali. Questi sforzi continueranno a consolidare la solida presenza dell'ACI come attore di spicco nella comunità globale.

Auto storiche e turismo

L'ACI continuerà a consolidare la sua presenza online come riferimento nell'ambito dell'automobilismo storico. Il piano social 2024 prevede la condivisione di contenuti relativi alle auto d'epoca attraverso i canali social, includendo foto, video e storie affascinanti di vetture storiche e alla promozione degli eventi legati al tema.

Per promuovere il turismo legato all'automobilismo, l'ACI lavorerà a stretto contatto con regioni e territori che rivestono un ruolo significativo nella storia delle corse automobilistiche e lavorerà a sostegno delle iniziative sportive e di rievocazione storica.

La strategia di comunicazione sui social media mira a trasmettere con entusiasmo la passione che l'ACI nutre per l'automobilismo storico e il turismo ad esso legato, attraverso la creazione di contenuti che promuovano le diverse iniziative ed eventi realizzati durante l'anno.

ACI Community

La promozione dell'Ecosistema ACI rappresenta un obiettivo fondamentale per la nostra organizzazione. ACI ospita una vasta gamma di componenti, che vanno dalle prestigiose riviste di ACI Editore fino alle piattaforme come ACI Radio e ACI Sport TV. Inoltre, gli eventi e le iniziative promosse convergeranno sui canali ACI, permettendo di



amplificarne la portata e di promuovere il principio di comunità, nonché i servizi di alta qualità offerti dall'Ente.

Questa sinergia tra le diverse anime ACI rappresenta un'opportunità unica per creare un ecosistema coeso e integrato, in grado di offrire un valore significativo ai nostri membri e al pubblico in generale. Attraverso una promozione efficace e una collaborazione interdisciplinare, l'ACI intende consolidare ulteriormente la sua presenza nel settore automobilistico, garantendo che ogni aspetto contribuisca all'impegno per la promozione della mobilità sicura, sostenibile e responsabile.

ACI Sport

Il motorsport per ACI vuol dire promozione dei valori ad esso collegati. Nel 2024 si darà maggiore visibilità all'anima dello sport, a chi lo vive ogni giorno. Verranno seguiti, come sempre, gli eventi sportivi dando rilevanza, in primis, agli appuntamenti internazionali, F1 e RIS. Sarà raccontato il mondo delle accademie e i talenti sportivi.

Tecnologia e Innovazione

L'ACI è un punto di riferimento anche per quanto riguarda la tecnologia e l'innovazione. Per questo motivo, nel corso del 2024, si darà continuità alle campagne di promozione delle app, tra cui ACI Space, ACI Radio e ACI Luceverde, invitando il pubblico a scaricarle e ad usufruire dei servizi avanzati che offrono. Le app sono concepite per fornire soluzioni pratiche e informazioni utili per migliorare la mobilità, la sicurezza stradale e l'esperienza dei conducenti. Si continuerà a promuoverle attivamente, con l'obiettivo di rendere la vita di coloro che utilizzano le strade più facile, sicura ed efficiente. Anche la tecnologia è al centro della missione dell'Ente, e con queste app si vuole contribuire a una guida più intelligente e consapevole.

Eventi

Nel corso degli anni, gli eventi organizzati dall'ACI hanno ottenuto un notevole successo, con una risposta straordinaria da parte del pubblico di riferimento. Dalla celebre Mille Miglia e l'entusiasmante Auto e Moto d'Epoca alle emozionanti competizioni del Gran Premio di Formula 1 e del Rally di Sardegna, fino agli eventi di natura più istituzionale come la Conferenza sul Traffico, il coinvolgimento del pubblico è stato straordinario e di grande importanza. Per questo motivo, si continuerà a valorizzare e promuovere questi eventi attraverso i canali di comunicazione social.



SCHEDE DELLE INIZIATIVE ANNO 2024

DIREZIONE TRASPARENZA, ANTICORRUZIONE, ATTIVITA' ISPETTIVE 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 | 16 ^a Giornata della Trasparenza della Federazione ACI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione Trasparenza, Anticorruzione, Attività Ispettive 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 PIAO in materia di prevenzione della corruzione, di trasparenza e di 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 | Secondo semestre anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Automobile Club territoriali |



STRUTTURA PROGETTI COMUNITARI AUTOMOTIVE E PER IL TURISMO

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Attività: realizzazione di un format televisivo che rappresenti un c.d. <i>game show</i> itinerante in 6 puntate da 15 minuti. In ogni puntata viene presentato un territorio da scoprire, conoscere e vivere. |
| TITOLO INIZIATIVA | ITALIA ON THE ROAD - Le strade del cuore |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Struttura Progetti Comunitari Automotive e per il Turismo - Direzione Presidenza e Segreteria Generale |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Obiettivo: migliorare l'accessibilità e l'attrattiva di siti di interesse turistico di particolare pregio storico, naturalistico e culturale al fine di aumentare l'attenzione su borghi italiani poco noti.</p> <p>Ogni puntata propone un itinerario di viaggio a tappe fra luoghi da scoprire, per un percorso esperienziale e avventuroso, con ospiti, indizi, prove, sorprese e imprevisti.</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Le sei puntate sono trasmesse sulla piattaforma RAI Play. |
| TARGET | Pubblico eterogeneo, grazie a consigli di viaggio adatti a tutte le età, dalle coppie alle famiglie ai giovani. |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Gennaio-febbraio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | RAI Radiotelevisione Italiana - ANAS |



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 l'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.</p> <p>Questo è il messaggio che si vuole rafforzare e diffondere.</p> <p>Le iniziative di comunicazione avranno ad oggetto i nuovi servizi digitali che verranno via via sviluppati sul canale mobile con evidenza dei vantaggi e benefici per i cittadini automobilisti.</p> |
| MODALITÀ E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piani di comunicazione, Campagne ad hoc, Iniziative di mailing Dem, Promozione su canali social, diffusione intranet. |
| TARGET | Cittadini, Dipendenti, Soci ACI, Utenti digitali |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Secondo semestre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



DIREZIONE SISTEMI INFORMATIVI E INNOVAZIONE

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Servizi ACI nel Metaverso |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI Storico nel Metaverso |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE SISTEMI INFORMATIVI E INNOVAZIONE di ACI |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p><i>"Il futuro dallo stile antico"</i>, questo recita il logo di ACI Storico. L'iniziativa persegue proprio questo obiettivo: coniugare la magia dell'automobilismo classico con il Metaverso in un'esperienza immersiva per vivere e condividere una passione senza tempo.</p> <p>Gli obiettivi dell'iniziativa sono:</p> <ul style="list-style-type: none">• Entrare nel mercato del Metaverso portando i servizi di ACI nel Web 3.0 e creare possibili opportunità di business• Diventare il principale attore istituzionale italiano per il segmento dell'automobilismo storico• Rafforzare la cultura delle auto storiche per garantire nel futuro una preziosa testimonianza patrimonio di tutti• Promuovere i valori di ACI e il Made in Italy. |
| MODALITÀ E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piani di comunicazione, Campagne ad hoc, Iniziative di mailing Dem, Promozione su canali social, diffusione intranet. |
| TARGET | Cittadini, Dipendenti, Soci ACI e ACI Storico, Utenti digitali |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | In base alla maturità dell'iniziativa |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



DIREZIONE SISTEMI INFORMATIVI E INNOVAZIONE

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Servizi ACI Innovativi. Tecnologia AI. "ACI Smart Assistant" |
| TITOLO INIZIATIVA | Assistente vocale ACI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE SISTEMI INFORMATIVI E INNOVAZIONE di ACI |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>L'"ACI Smart Assistant", che sfrutta un'integrazione realizzata con lo Smart Assistant di Google e di Amazon (Alexa), è basato su software che utilizzano l'interazione vocale.</p> <p>L'assistente vocale 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 AACC laddove disponibili) ma anche di terze parti ed erogando informazioni tramite device "Home" e mobile.</p> <p>Al momento il prototipo realizzato, utilizzando ai fini di sviluppo servizi già disponibili sull'APP ACI Space, consente di ottenere in via preliminare e sperimentale informazioni sul bollo auto (scadenza ed importo da pagare), su articoli della rivista L'Automobile, sulle gare automobilistiche organizzate sul territorio e sull'ubicazione dei punti ACI più vicini.</p> <p>Il prodotto è ancora in fase prototipale e sarà oggetto di un programma di sviluppo che richiederà investimenti ed un impegno trasversale da parte delle diverse componenti dell'Organizzazione ACI.</p> |
| MODALITÀ E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piani di comunicazione, Campagne ad hoc, Iniziative di mailing Dem, Promozione su canali social, diffusione intranet. |
| TARGET | Cittadini, Dipendenti, Soci ACI, Utenti digitali |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Annuale |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



DIREZIONE COMPARTIMENTALE TOSCANA, LIGURIA, UMBRIA, SARDEGNA, MARCHE, EMILIA ROMAGNA CON CONTESTUALE RESPONSABILITÀ DELL'AUTOMOBILE CLUB DI FIRENZE E CON IL COORDINAMENTO DELLE ATTIVITÀ ASSOCIATIVE E GESTIONE E SVILUPPO RETI

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA* | Campagne di comunicazione per la promozione dei prodotti associativi a supporto della Rete della Federazione. |
| TITOLO INIZIATIVA | Campagne di Marketing & Comunicazione associativa |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione Compartimentale Toscana, Liguria, Umbria, Sardegna, Marche, Emilia Romagna con contestuale responsabilità dell'Automobile Club di Firenze e con il coordinamento delle Attività Associate e Gestione e Sviluppo Reti |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | La Direzione effettuerà nel 2024 due campagne di sviluppo associativo proseguendo con la strategia di riposizionamento delle tessere associative, iniziata a fine 2023 con la campagna ACI Sistema. Obiettivo delle campagne è aumentare la conoscenza dei singoli prodotti associativi e dei servizi inclusi presso i target di riferimento al fine di incrementare la propensione all'acquisto delle tessere. A supporto delle campagne pianificate sarà inserito un riferimento al programma di fidelity "ACI ti premia", con nuovi premi in palio per i Soci, e al nuovo concorso per incentivare l'associazionismo attraverso l'estrazione settimanale di un premio, in programma nel 2° semestre dell'anno. |
| MODALITÀ E CANALI DI COMUNICAZIONE | Le campagne pianificate avranno ciascuna una nuova linea creativa, declinata in formato digitale e cartaceo. Le campagne saranno multicanale, diffuse tramite: <ul style="list-style-type: none">- Punti ACI- Radio (spot e citazioni)- Digital (display e social; siti web e social ACI)- Stampa (Periodici ACI)- 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

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' di comunicazione interna ed esterna per la promozione e la valorizzazione della responsabilità sociale in ACI. |
| TITOLO INIZIATIVA | Divulgazione del Bilancio Sociale ACI 2023 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione Presidenza e Segreteria Generale |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Le attività si articoleranno in molteplici iniziative, essenzialmente rivolte a far conoscere le azioni realizzate ed i risultati raggiunti dalla Federazione nel 2023, evidenziando quanto fatto in termini di responsabilità sociale ed ambientale e quindi il valore prodotto per la collettività.</p> <p>L'obiettivo ultimo è quello di approfondire e condividere il significato della responsabilità e della rendicontazione sociale in ACI ed al contempo far conoscere meglio il "chi siamo" ed il "cosa facciamo", promuovendo l'immagine dell'Ente, sia all'interno che all'esterno, come amministrazione al servizio del cittadino.</p> <p>In particolare, si tratterà di diffondere e valorizzare, a valle dell'approvazione del Bilancio Sociale ACI 2023 da parte del Comitato Esecutivo dell'Ente, le azioni di maggior impatto sociale emerse nell'ambito della rilevazione effettuata per la redazione del documento.</p> <p>A tali fini, saranno realizzate iniziative di comunicazione interna ed esterna, con diffusione del documento sia nell'ambito della Federazione che presso gli interlocutori esterni - rappresentanti delle Istituzioni, associazioni ed organismi di riferimento, locali e nazionali, <i>media</i>, etc. -, anche coinvolgendo le Strutture della Federazione che si siano distinte in tema di responsabilità sociale ed ambientale, oltre a <i>stakeholders</i> che abbiano collaborato o siano stati interessati direttamente dalla realizzazione delle iniziative (quali associazioni di categoria e di volontariato, organizzazioni no profit, Autorità ed Enti locali, etc.).</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Le iniziative di comunicazione comporteranno, in particolare: individuazione specifica dell'ampia platea di destinatari, predisposizione di note, organizzazione di incontri/eventi, iniziative di divulgazione tramite la Newsletter RAP, pubblicazione del documento e di estratti sui canali digitali ACI (sito, portale, HUB, social). |
| TARGET | Organizzazione di almeno 3 iniziative |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Secondo semestre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Automobile Club, Strutture Territoriali, Istituzioni/Organizzazioni ed Enti interlocutori della Federazione. |



DIREZIONE PRESIDENZA E SEGRETERIA GENERALE

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Attività |
| TITOLO INIZIATIVA | Rafforzamento dell'utilizzo dei podcast e di altri contenuti multimediali all'interno della Newsletter interna. |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione Presidenza e Segreteria Generale |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Obiettivo è il potenziamento della comunicazione interna attraverso il sempre maggiore utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione tra cui 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 e gli altri contenuti multimediali saranno veicolati attraverso la Newsletter e/o il portale della comunicazione interna. |
| TARGET | Dipendenti ACI |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024, uscite mensili della Newsletter. |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



PIANO DEGLI EVENTI ACI

ANNO 2024



EVENTI DI RILIEVO ISTITUZIONALE

77^a CONFERENZA DEL TRAFFICO E DELLA CIRCOLAZIONE

Sede Centrale ACI con diffusione in streaming

Novembre (data da definire)

| | |
|------------------------------------|--|
| 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 a discutere sui predetti temi. |
| 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. |
| 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 ASSEGNATE | Budget della Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo |
| PREVISIONE DI SPESA | € 15.000,00 (oltre IVA) |



FORMULA 1 GRAN PREMIO DELL'EMILIA – ROMAGNA

**Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari
Imola – 17-19 maggio 2024**

| | |
|------------------------------------|---|
| 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'Intero 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: 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 ASSEGNATE | I costi connessi all'organizzazione dell'evento trovano copertura nel budget della Direzione per lo Sport Automobilistico |
| PREVISIONE DI SPESA | nessuna (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 - Alghero 30 maggio al 2 giugno 2024 | |
|--|---|
| OBIETTIVI | <p>La ventunesima edizione della 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.</p> <p>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.</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 ASSEGNATE | 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

| Palazzo dei Congressi di Roma 21-23 Maggio 2024 | |
|--|--|
| 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 | I temi centrali della 35° Edizione allo stato attuale non sono ancora stati formalmente comunicati, ma è stato anticipato che grande attenzione sarà rivolta all'analisi del ruolo della Pubblica Amministrazione nell'attrarre i nuovi talenti, le sperimentazioni, le proposte innovative e divergenti rispetto alla tradizione con l'obiettivo di creare valore nei confronti di cittadini e delle imprese. |
| 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 ASSEGNATE | Budget della Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo |
| PREVISIONE DI SPESA | Da definire |
| 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) 18-24 luglio 2024

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:

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 *Karting in piazza*)
2. Diffusione di messaggi istituzionali attraverso strumenti innovativi di comunicazione studiati ad hoc per coinvolgere il target giovani (ad esempio *Ready2Go*, *simulatori di guida*, *video emozionali di sensibilizzazione sulla sicurezza stradale*, *video per la formazione dei bambini dai 7 ai 10 anni – Modulo "Giovani campioni della Sicurezza stradale" legato al Karting in piazza*)
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

- I giovani
- Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento
- Stampa e media nazionali e locali
- Automobile Club



| | |
|--|---|
| RISORSE DI BUDGET ASSEGNATE | 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 | <p>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 la Comunicazione dell'ACI.</p> <p>Le attività saranno svolte in collaborazione con l'AC di Salerno e con il Direttore Compartimentale ACI competente per territorio.</p> |



GRAN PREMIO D'ITALIA DI FORMULA 1

| Autodromo Nazionale di MONZA 1 settembre 2024 | |
|--|---|
| 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 ASSEGNATE | 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 | nessuna (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

| Sardegna Data da definire | |
|--------------------------------------|--|
| OBIETTIVI | <p>L'Automobile Club d'Italia, nella sua qualità di Autorità Sportiva Nazionale in campo automobilistico, co-organizza 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 2023 la tappa italiana si è svolta in Sardegna, presso il sito militare di Capo Teulada.</p> <p>Il calendario del 2024 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 ASSEGNATE | 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

Mantenere e valorizzare il presidio e l'impegno dell'Ente nel settore del motorismo storico, 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 2024 prevede l'organizzazione di diversi eventi espositivi nel contesto delle più importanti manifestazioni del settore, oltre che 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.

Nelle seguenti schede sintetiche si menzionano alcuni degli eventi di maggior rilievo.



AUTOMOTORETRO' & AUTOMOTORACING

| Fiere di PARMA 1-2-3 aprile 2024 | |
|---|--|
| OBIETTIVI | <p>Automotoretrò è un grande salone dedicato al motorismo storico, che dal 1983 propone una selezione dei migliori gioielli del passato a due e quattro ruote. Insieme alla rassegna Automotoracing conta oltre 1.200 espositori e più di 67.000 visitatori, provenienti da tutta Europa, con una consolidata presenza da Francia, Svizzera, Regno Unito, Spagna, Germania, Austria e Olanda.</p> <p>La presenza dell'ACI e di ACI Storico alla manifestazione ha l'obiettivo di presidiare il settore delle auto storiche e valorizzare l'impegno dell'Ente in tale ambito, oltre che di promuovere il ruolo istituzionale dell'ACI anche in tale contesto con particolare riferimento all'attività di ACI Storico.</p> |
| CONTENUTI | <p>Partecipazione della Federazione ACI all'evento con un proprio stand espositivo e un ricco programma di appuntamenti e convegni.</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• Club Affiliati |
| RISORSE DI BUDGET ASSEGNATE | <p>Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico</p> |
| NOTE | <p>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.</p> |



CIRCUITO STRADALE DEL MUGELLO

FIRENZE 12-14 aprile 2024

| | |
|------------------------------------|--|
| OBIETTIVI | L'obiettivo della promozione del Circuito Stradale del Mugello, gara di regolarità classica, 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. Il Circuito Stradale del Mugello rientra nel Campionato Italiano Grandi Eventi di ACI Sport e nel 2024 sarà alla sua terza edizione. |
| 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 ASSEGNATE | 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. |



CONCORSO DI ELEGANZA CITTA' DI TRIESTE

| Trieste 25-28 aprile 2024 | |
|--------------------------------------|---|
| 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 25 al 28 aprile 2024, nella consueta location di Piazza Unità d'Italia, la quarta 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 ASSEGNATE | Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico |
| NOTE | Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con AA.V.C., la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport, L'AC di Trieste. |



ACI STORICO FESTIVAL

PERGUSA 9 Giugno 2024

OBIETTIVI

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.

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

SOGGETTI DA COINVOLGERE

- Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento
- Stampa e media nazionali e locali
- Automobile Club
- Soci
- Musei affiliati

RISORSE DI BUDGET ASSEGNATE

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'Automobile Club di Enna.



COPPA D'ORO DELLE DOLOMITI

| CORTINA 18-21 Luglio 2024 | |
|--------------------------------------|--|
| OBIETTIVI | <p>Manifestazione sportiva di regolarità, ormai entrata nella tradizione dell'ACI, che percorre le suggestive strade delle Dolomiti.</p> <p>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.</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• Club Affiliati |
| RISORSE DI BUDGET ASSEGNATE | <p>Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico</p> |
| NOTE | <p>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.</p> |



ACI STORICO FESTIVAL & HISTORIC MINARDI DAY

| IMOLA – Autodromo Enzo e Dino Ferrari 24-25 Agosto 2024 | |
|--|--|
| OBIETTIVI | <p>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. Nel weekend del 24/25 agosto si svolgerà presso l'Autodromo di Imola comprendendo al suo interno l'Historic Minardi Day, un evento iconico di rievocazione storica del Motorsport, dedicato agli appassionati e al mondo dei collezionisti di Formula 1, monoposto in genere, prototipi, GT e auto storiche.</p> <p>Nell'ambito di tale manifestazione i soci del Club avranno l'occasione di accedere al paddock ed ai box del circuito del Santerno incontrando piloti, tecnici ed ingegneri protagonisti di pagine importanti delle corse del passato e dei nostri giorni.</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• Club Affiliati• Musei affiliati |
| RISORSE DI BUDGET ASSEGNATE | 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'AC di Ravenna e l'Autodromo Internazionale Enzo e Dino Ferrari. |



ACI STORICO FESTIVAL

| VALLELUNGA | |
|------------------------------------|---|
| 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 ASSEGNATE | 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. |



XV° CONCORSO INTERNAZIONALE ELEGANZA AUTOMOBILI

| Montecatini Terme 21 e 22 settembre 2024 | |
|---|---|
| OBIETTIVI | Il Kursaal Car Club, AC Pistoia ed ACI Storico organizzano il 15° Concorso di Eleganza Automobili di Montecatini Terme nei giorni 21 e 22 settembre nell'affascinante cornice della cittadina termale toscana, dove sfileranno vetture storiche e sportive che gareggeranno per l'aggiudicazione di premi e riconoscimenti. |
| 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 ASSEGNATE | 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'Automobile Club Pistoia. |



TARGA FLORIO CLASSICA

| PALERMO 10-13 ottobre 2024 | |
|---------------------------------------|---|
| 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 ASSEGNATE | 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 Data da definire | |
|--|---|
| OBIETTIVI | <p>L'AME è la manifestazione espositiva di settore più importante a livello nazionale e tra le più importanti a livello internazionale. Nel 2024 si svolgerà per il secondo anno nella sede fieristica di Bologna, dove nel 2023 ha avuto un grandissimo successo e una nutrita partecipazione sia di appassionati del settore sia di addetti ai lavori.</p> <p>La presenza dell'ACI e di ACI Storico alla manifestazione ha l'obiettivo di presidiare il settore delle auto storiche e valorizzare l'impegno dell'Ente in tale ambito, oltre che di promuovere il ruolo istituzionale dell'ACI anche in tale contesto con particolare riferimento all'attività di ACI Storico.</p> |
| CONTENUTI | <p>Partecipazione della Federazione ACI all'evento con un proprio stand espositivo e un ricco programma di appuntamenti e convegni.</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• Club Affiliati |
| RISORSE DI BUDGET ASSEGNATE | <p>Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico</p> |
| NOTE | <p>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.</p> |



MILANO AUTOCLASSICA

| Fiera di RHO Data da definire | |
|--|--|
| OBIETTIVI | <p>Milano Autoclassica è una kermesse "giovane" ma che ricopre un posto di rilievo nel panorama degli eventi espositivi di Motorismo storico di qualità. Si sviluppa tra i padiglioni di Rho Fiera e ospita alcuni dei principali attori del mondo heritage insieme a private, modellismo e automobilia. L'alto livello della manifestazione è garantito anche dall'ampio spazio dedicato agli approfondimenti culturali, con incontri tematici e presentazioni di libri.</p> <p>La presenza dell'ACI e di ACI Storico alla manifestazione ha l'obiettivo di presidiare il settore delle auto storiche e valorizzare l'impegno dell'Ente in tale ambito, oltre che di promuovere il ruolo istituzionale dell'ACI anche in tale contesto con particolare riferimento all'attività di ACI Storico.</p> |
| 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 ASSEGNATE | 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. |



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:

- Gran Premio Nuvolari
- Millemiglia
- Modena Motor Gallery
- Ruote nella Storia
- Ecc.

ALTRI EVENTI NON PROGRAMMABILI

Su richiesta del Presidente e del Segretario Generale 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.

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 ASSEGNATE | Risorse afferenti il 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 del Presidente e del Segretario Generale 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 i 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 ASSEGNATE | Risorse afferenti il 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. |



INIZIATIVE AUTOMOBILE CLUB

ANNO 2024



AC AREZZO

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Attività rivolta ai giovani disabili - evento destinato a consentire l'avvicinamento allo sport automobilistico |
| TITOLO INIZIATIVA | Un giorno per noi |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Arezzo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Avvicinamento dei ragazzi disabili allo sport automobilistico in totale sicurezza e diffusione della cultura della sicurezza stradale |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa locale e TV locale Canali social network |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Associazioni del territorio Comune di Arezzo |



AC BERGAMO

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' di comunicazione Istituzionale anno 2024 |
| TITOLO INIZIATIVA | Piano di comunicazione Radio 2024 Radio Number one, Comunicazione Bergamo news e social Automobile Club Bergamo |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Bergamo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Presidiare i vari settori istituzionale dell' AC Bergamo in particolare: la diffusione della Sicurezza Stradale, della tessera ACI, dei servizi ai soci, dell'ACI Storico, dello sport automobilistico, del turismo, della mobilità. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Giornale on line Bergamo news, carta stampata, social AC Bergamo, Radio number one; 3 comunicati stampa al mese e una settimana al mese di spot radio, presenza giornaliera sui social. |
| TARGET | Soci, utenti e non soci, stakeholder |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | No |



AC BRINDISI

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | A(CI) SIAMO |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE AC BRINDISI |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Attivazione di apposita sezione del sito web istituzionale quale punto di ascolto e di orientamento per particolari categorie di cittadini. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito web istituzionale www.brindisi.aci.it |
| TARGET | Cittadini ultrasessantacinquenni e diversamente abili |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 2023-2025 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comuni della provincia di Brindisi |



AC CHIETI 1^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA* | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | "ITALIAN MOTOR WEEK" ATESSA – 2° edizione |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Chieti |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>L'obiettivo dell'evento è fondere la tradizione culturale storica della cittadina (facente parte della rete ANCI "Città dei Motori") con il polo innovativo delle industrie della Val di Sangro.</p> <p>Si ipotizzano di realizzare visite guidate a luoghi caratteristici di Atesa e agli stabilimenti Honda Italia e Stellantis Europe, insieme ad attività ricreative rivolte ad adolescenti (driving test Ready2Go, circuito cittadino per go-kart, corsi di guida mini-moto) ed adulti (motoraduno e raduno di auto d'epoca).</p> |
| TARGET | L'iniziativa sarà rivolta all'intera popolazione cittadina, confidando anche in un massiccio afflusso di turisti e non residenti. |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Un week end (sabato e domenica) del mese di Maggio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | L'evento sarà organizzato in sinergia con il Comune di Atesa e la rete ANCI "Città dei Motori". |



AC CHIETI 2^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO ACI STORICO |
| TITOLO INIZIATIVA | "RUOTE NELLA STORIA - CHIETI. GRAN CRITERIUM VETTURETTE" 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Chieti |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>L'obiettivo dell'evento è quello di collocare l'AC come nuovo punto di riferimento per gli appassionati e i collezionisti di auto storiche e delle Associazioni locali impegnate a favore del collezionismo, andando a recuperare i grandi eventi del passato, quelli che hanno fatto la storia dell'automobilismo teatino, che vengono oggi riproposti in chiave moderna attraverso un 'format' che unisce la bellezza delle auto d'epoca alla scoperta e valorizzazione di luoghi e ambiti cittadini poco conosciuti dal punto di vista turistico.</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | <p>L'iniziativa sarà supportata a livello nazionale dai canali comunicativi di ACI Storico e ACI Sport e, a livello locale, da quelli del Comune di Chieti, oltre che dai nostri.</p> <p>Saranno utilizzati tutti i canali: conferenza stampa di presentazione, comunicati stampa, riprese video e fotografiche pubblicate su quotidiani cartacei e on-line.</p> <p>Inoltre non mancherà l'utilizzo dei canali 'social', quali Facebook e Instragram, e dei siti web istituzionali nostro e dell'amministrazione Comunale, oltre a quelli dei club di auto storiche partecipanti.</p> |



| | |
|---|---|
| TARGET | L'iniziativa da un lato sarà rivolta agli appassionati e collezionisti di auto storiche che vengono invitati a partecipare e che provengono da varie parti d'Italia, dall'altro all'intera popolazione cittadina, confidando anche in un massiccio afflusso di pubblico non residente. |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Una giornata (sabato o domenica) del mese di Maggio 2024 sul circuito ricavato all'interno della Villa Comunale di Chieti. |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | L'evento, co-organizzato con l'associazione "Ruote Classiche Teatine" affiliata ad ACI Storico, sfrutterà la sinergia offerta dal Comune di Chieti e del supporto organizzativo di ACI Storico e di ACI Sport SpA che assicura visibilità nazionale all'evento grazie all'omonimo magazine televisivo che viene trasmesso sul canale Sky 228. |



AC CHIETI 3^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA* | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | LA STRADA E LE SUE REGOLE |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Chieti |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Partendo dalla convinzione che, per AC Chieti, i giovani in età scolare devono essere i primi destinatari della comunicazione in materia di sicurezza stradale, sia perché l'incidente stradale costituisce per loro la principale causa di morte, sia perché i ragazzi, già protagonisti sulla strada come pedoni, ciclisti e conducenti di ciclomotori e/o monopattini elettrici, saranno la generazione dei futuri automobilisti, l'obiettivo dell'attività è quello di far conoscere e favorire la diffusione di corretti stili comportamentali e relazionali in materia di circolazione stradale.</p> <p>Dopo l'erogazione delle lezioni teoriche in aula, l'attività terminerà con eventi all'aperto, denominati "Giornate conclusive sulla sicurezza stradale", realizzati nei piazzali delle scuole e/o nelle relative palestre, in cui gli alunni possono mettere in pratica quanto appreso in classe, affrontando, in sella alle loro biciclette e/o monopattini, un circuito, appositamente creato ed allestito da AC Chieti, in cui saranno riprodotte le più comuni situazioni urbane e dove saranno sistemati i principali mini-segnali stradali.</p> |



| | |
|--|--|
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | <p>L'iniziativa sarà veicolata presso i ragazzi e le loro famiglie dall'Istituto Scolastico coinvolto, mentre sarà diffusa all'esterno grazie a comunicati stampa e riprese video e fotografiche pubblicate sui principali quotidiani cartacei e on-line.</p> <p>Non mancherà, inoltre, l'utilizzo dei canali 'social' quali Facebook e Instragram, e dei siti web istituzionali, quello nostro e quello degli Istituti Scolastici aderenti.</p> |
| TARGET | <p>L'attività è rivolta ad alunni di scuola dell'infanzia e/o alunni di scuola primaria e/o alunni di scuola secondaria di primo grado.</p> |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | <p>Le "Giornate Conclusive della sicurezza stradale" si terranno in luoghi da definire nei mesi di aprile/maggio/giugno e/o di ottobre/novembre.</p> |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | <p>L'attività prevede la sinergia tra AC e Istituti Scolastici, con il coinvolgimento dell'Amministrazione Comunale, attraverso il proprio Comando di Polizia Locale.</p> |



AC CUNEO 1^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' "SPORT" EVENTO "ACI GOLF 2024 tappa cuneese" |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI GOLF 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | INCREMENTARE LE ATTIVITA' SPORTIVE RIVOLTE AI SOCI ACI |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | COMUNICATI STAMPA MEDIA LOCALI SITO WEB CANALI SOCIAL DELL'AC CUNEO |
| TARGET | APPASSIONATI GOLFISTI |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | GIUGNO 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | AUTOMOBILE CLUB D'ITALIA per il tramite della società ACI Sport SpA |



AC CUNEO 2^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' "SPORT - TURISMO" EVENTO "RUOTE NELLA STORIA 2024" |
| TITOLO INIZIATIVA | RUOTE NELLA STORIA 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | INCREMENTARE LE ATTIVITA' SPORTIVE/ TURISTICHE RIVOLTE AI SOCI ACI |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | COMUNICATI STAMPA MEDIA LOCALI SITO WEB CANALI SOCIAL DELL'AC CUNEO MANIFESTI/LOCANDINE |
| TARGET | APPASSIONATI AUTO STORICHE |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | NEL CORSO DELL'ANNO 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | ACI ITALIA - AMMINISTRAZIONI COMUNALI COINVOLTE NELLA MANIFESTAZIONE |



AC CUNEO 3^a INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' "SPORT AUTOMOBILISTICO" EVENTO "PREMIAZIONE CAMPIONATO SOCIALE SPORTIVO AC CUNEO 2023" |
| TITOLO INIZIATIVA | CAMPIONATO SOCIALE SPORTIVO AC CUNEO 2023 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | SVILUPPO DELLO SPORT AUTOMOBILISTICO |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | COMUNICATI STAMPA MEDIA LOCALI SITO WEB CANALI SOCIAL DELL'AC CUNEO |
| TARGET | LICENZIATI SOCI SPORTIVI ACI |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | APRILE – MAGGIO 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC CUNEO 4^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' "EDUCAZIONE E SICUREZZA STRADALE" EVENTO "ATTIVITA' DI FORMAZIONE ALL'EDUCAZIONE E SICUREZZA STRADALE DEI GIOVANI" |
| TITOLO INIZIATIVA | ATTIVITA' DI FORMAZIONE ALL'EDUCAZIONE E SICUREZZA STRADALE DEI GIOVANI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | INCREMENTARE LA SICUREZZA STRADALE NEI GIOVANI |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | COMUNICATI STAMPA MEDIA LOCALI SITO WEB CANALI SOCIAL DELL'AC CUNEO |
| TARGET | STUDENTI SCUOLE DELLA PROVINCIA DI CUNEO (PRIMARIE – SECONDARIE DI I° E II°) |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | ANNO 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FERRARA 1^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Evento Sulla sicurezza |
| TITOLO INIZIATIVA | OPEN DAY POLIZIA LOCALE ALTO FERRARESE |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Polizia locale Alto Ferrarese e Protezione civile Alto Ferrarese |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Informare e trasmettere al pubblico la consapevolezza che l' osservanza dei principi di sicurezza sono diretti non solo all' individuo ma alla collettività .</p> <p>Sicurezza sulle strade : BENE COMUNE</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Consegna di pieghevoli, prove pratiche |
| TARGET | Pubblico partecipante alla manifestazione |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 1 giornata in giugno |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FERRARA 2^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Comunicazione sottoscrizione di convenzione con Avis provincia di Ferrara e Comune di Ferrara per la partecipazione a incontri sulla sicurezza |
| TITOLO INIZIATIVA | Convenzione ACF Ferrara AVIS Provincia Ferrara e comune di Ferrara |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile club Ferrara |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Trasmettere il messaggio legato alla sicurezza stradale mediante stand ed incontri insieme alla Avis Incremento produzione sociale |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Social e Sito dell' Automobile Club Ferrara |
| TARGET | Soci Aci e soci AVIS |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comune e Provincia di Ferrara |



AC FIRENZE 1^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | ALLA RISCOPERTA DEL MUSEO PIU' BELLO DEL MONDO: GLI UFFIZI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Valorizzare la tessera ACI in un'ottica di club, organizzando per i nostri soci visite esclusive nei luoghi d'arte e di cultura più prestigiosi al mondo come il Museo degli Uffizi, il più visitato d'Italia |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | House Organ quadrimestrale dell'Ente, ViaVai; DEM ai Soci, Newsletter dedicate; sito istituzionale e canali social |
| TARGET | Soci dell'Automobile Club Firenze e accompagnatori |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Gennaio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FIRENZE 2^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | CONCERTO DI NATALE |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Valorizzare la tessera ACI in un'ottica di club, realizzando per i nostri soci ed i loro accompagnatori uno speciale evento di fine anno, consistente in uno spettacolo musicale e/o di prosa a loro dedicato nel teatro più grande di Firenze. L'iniziativa è proposta ai soci a titolo completamente gratuito. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | House Organ quadrimestrale dell'Ente, ViaVai; DEM ai Soci, Newsletter dedicate; sito istituzionale e canali social |
| TARGET | Soci dell'Automobile Club Firenze e accompagnatori |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Dicembre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FIRENZE 3^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI GOLF |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Conformare il prestigio che la tappa di Firenze ha conquistato a livello locale negli anni, coinvolgendo un numero sempre più ampio di soci appassionati di questa disciplina sportiva. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | House Organ quadrimestrale dell'Ente, ViaVai; sito istituzionale e canali social |
| TARGET | Golfisti, Soci ACI |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Maggio 2024 (da confermare) |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FIRENZE 4^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | RUOTE NELLA STORIA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Promuovere i valori di ACI Storico rafforzando il rapporto con i club e le scuderie locali, nel segno della passione comune per il motorismo d'epoca. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | House Organ quadrimestrale dell'Ente, ViaVai; DEM e NEWSLETTER dedicate; sito istituzionale e canali social; quotidiani locali |
| TARGET | Club affiliati ACI Storico e soci ACI collezionisti e appassionati del settore |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Settembre / Ottobre 2024 (da confermare) |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comuni attraversati dall'itinerario previsto, Città Metropolitana, Polizia Stradale |



AC FIRENZE 5^ INIZIATIVA

| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
|---|---|
| TITOLO INIZIATIVA | PRESENTAZIONE 1° RAPPORTO SUL MOTORISMO STORICO IN ITALIA – FOCUS SULLA TOSCANA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Fornire un inquadramento corretto dal punto di vista normativo al settore delle auto storiche, ricostruendo un quadro statistico che faccia luce sul reale valore di un patrimonio culturale, sociale ed economico sempre più apprezzato. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani e radio locali; DEM e NEWSLETTER dedicate; sito istituzionale e canali social |
| TARGET | Istituzioni e stakeholders, Club affiliati ACI Storico, soci ACI, collezionisti e appassionati del settore |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Primavera 2024 (da confermare) |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FIRENZE 6^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | SARA SAFE FACTOR |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Sensibilizzare i ragazzi in età di patente al rispetto delle regole, apprendendo dalla voce di un pilota professionista come ci si deve comportare quando si è alla guida. Location: sala stampa del Mugello Circuit |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Rapporti diretti con i referenti per l'educazione stradale degli Istituti Medi Superiori di Firenze e provincia; house organ; sito istituzionale e canali social |
| TARGET | Studenti delle classi 4^ e 5° degli Istituti Medi Superiori di Firenze e provincia |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Marzo 2024 (da confermare) |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC FIRENZE 7^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | KARTING IN PIAZZA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB FIRENZE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Richiamare l'attenzione dei bambini sulle nozioni fondamentali del codice della strada, della sicurezza e del rispetto delle regole, per acquisire una base comportamentale da mettere in atto alla guida di un kart su un percorso protetto |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani locali, house organ dell'Ente, sito istituzionale e canali social |
| TARGET | Bambini dai 6 ai 10 anni di età |
| PERIODO DI SVOLGIMENTO | Da definire |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Scuole primarie; Comune di Scarperia-San Piero, Mugello Circuit; ACI Sport Servizi |



AC GENOVA 1^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI DRIVING EXPERIENCE |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Genova |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Progetto che consente di formare e informare gli studenti dell'ultimo anno delle scuole secondarie di secondo 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 |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani,web, social - TV |
| TARGET | Studenti ultimi due anni delle scuole superiori |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Ottobre e/o Novembre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Polizia Stradale e 118 Liguria |



AC GENOVA 2^ INIZIATIVA

| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
|---|--|
| TITOLO INIZIATIVA | CELEBRAZIONE 120 ANNI DALLA FONDAZIONE DELL'AUTOMOBILE CLUB GENOVA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Genova |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>L'anniversario sarà richiamato attribuendo senso celebrativo allo svolgimento di specifici eventi in cui sarà messa in evidenza la funzione propulsiva e di servizio che l'AC Genova attua rispetto al territorio e alla collettività genovese.</p> <p>Le attività saranno individuate tra quelle di più alto valore in ambito sociale ed economico, quali la donazione all'Ospedale Gaslini e lo svolgimento del Rally della Lanterna in Genova che raggiungerà la sua 40^ Edizione e che è candidato alla titolazione quale finale di Coppa Italia.</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani,web, social - TV |
| TARGET | La cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Luglio 2024 in occasione della Donazione all'Ospedale Gaslini Ottobre 2024 in occasione del Rally della Lanterna. |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comune di Genova |



AC GENOVA 3^ INIZIATIVA

| TIPOLOGIA INIZIATIVA* | ATTIVITA' |
|---|---|
| TITOLO INIZIATIVA | RACCOLTA FONDI A FAVORE ISTITUTO GIANNINA GASLINI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Genova |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Raccolta fondi a favore dell'Ospedale Pediatrico Giannina Gaslini per contribuire all'allestimento del centro elioterapico. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani, web, social - rete delle Delegazioni ACI |
| TARGET | Soci Aci |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Pasqua 2024, in fase di conclusione (Giugno 2024) e all'atto della donazione nel Luglio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC GENOVA 4^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | RADUNO AUTOSTORICHE |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione AC Genova |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Raduno Aci Storico che coinvolge i Soci AC Genova in possesso di auto d'epoca con 30 anni di anzianità |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani, web, social - TV |
| TARGET | Soci Aci |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Primavera e/o autunno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Associazione Ufficiali di Gara/Club di auto d'epoca Liguri |



AC GORIZIA

| | | |
|---|---|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE | CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INCONTRI | |
| TITOLO INIZIATIVA | GO4SAFETY FVG CAMPAGNA DI REGIONE FVG E AUTOMOBILE CLUB DI GORIZIA | |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE AUTOMOBILE CLUB DI GORIZIA | |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Sensibilizzazione di tutti gli utenti della strada della provincia di Gorizia al tema della sicurezza stradale con particolare riferimento ai comportamenti più a rischio | |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | STAMPA 4 RADIO LOCALI 4 EMITTENTI WEBTV 5 AUTOBUS SOCIAL MEDIA RADIO ACI | COMUNICATI STAMPA INSERZIONI SPOT RADIO PERSONALIZZAZIONE BUS SPETTACOLI TEATRALI FUMETTO OPUSCOLI GADGET |
| TARGET | Tutti gli utenti della strada: pedoni, ciclisti, conducenti di veicoli a motore, giovani e adulti | |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Gennaio/Novembre 2024 | |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA PREFETTURA DI GORIZIA PRINCIPALI COMUNI DELLA PROVINCIA E RELATIVA POLIZIA MUNICIPALE POLIZIA DI STATO – SEZIONE POLIZIA STRADALE DI GORIZIA UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE FVG AZIENDA PROVINCIALE TRASPORTI DI GORIZIA AUTOMOBILE CLUB D'ITALIA | |



AC LUCCA 1^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' ISTITUZIONALE EVENTO: NEWSLETTER PER I SOCI AC LUCCA |
| TITOLO INIZIATIVA | Invio con cadenza bimestrale della Newsletter dedicata ai soci Ac Lucca |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC LUCCA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Far conoscere agli associati iniziative e gli eventi organizzati dall'Ente nel corso dell'anno |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Trasmissione tramite e-mail |
| TARGET | Soci Ac Lucca |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Gennaio-dicembre con cadenza bimestrale |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC LUCCA 2^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' SPORTIVA EVENTO: RALLY |
| TITOLO INIZIATIVA | 59° RALLY COPPA CITTA' DI LUCCA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC LUCCA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Promozione manifestazione motoristica iscritta a calendario ACI Sport dall'Ente |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito web, canali social, stampa generalista e specialistica |
| TARGET | Licenziati Aci sport, piloti, cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Da giugno ad agosto 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | PREFETTURA, QUESTURA, PROVINCIA DI LUCCA, COMUNI IL CUI TERRITORIO SARA' INTERESSATO DAL PASSAGGIO DELLA GARA |



AC MANTOVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | Culturale/Istituzionale EVENTO Museo Tazio Nuvolari |
| TITOLO INIZIATIVA | Evoluzione digitale del Museo Tazio Nuvolari |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Mantova |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Le attività dell'Automobile Club Mantova realizzate presso il proprio Museo Tazio Nuvolari, sono strettamente collegate ed integrate con eventi legati all'automobilismo storico e sportivo (evento "Ruote nella storia", concorsi di eleganza, autoraduni, iniziative di sicurezza stradale e comunicazione sociale ecc.) e più in generale alla promozione del territorio, del turismo e della mobilità consapevole.</p> <p>Per tali ragioni l'Ente scrivente si propone di continuare anche nel 2024 l'evoluzione digitale del Museo Tazio Nuvolari, per conseguire ambiziosi obiettivi di consolidamento e ampliamento della <u>promozione esterna della struttura museale, attraverso un piano integrato di comunicazione e di eventi, realizzati con frequenza mensile presso la struttura stessa.</u></p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | <p>Eventi, conferenze, comunicati stampa, presenza costante sui social network, sito web e digital bank. In particolare, nel 2024 si intende</p> <p>1) Realizzare n. 5.000 Digital Card del Museo Tazio Nuvolari con Qr Code dinamico e geolocalizzazione;</p> <p>2) Realizzare contenuti digitali a supporto dell'evento nazionale "Ruote nella storia 2024" (automobilismo storico e sportivo).</p> |



| | |
|---|---|
| TARGET | 1) Proprietari ed appassionati di automobilismo storico e sportivo; 2) Soci ACI / ACI Storico (licenziati ACI Sport, iscritti ad Associazioni sportive, Scuderie, ecc.) 3) Turisti; 4) Studenti. |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 1/1/2024 – 31/12/2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Prefettura, Provincia e Comune di Mantova. Forze dell'Ordine, Fondazione Banca Agricola Mantovana, Aziende locali, Associazioni sportive, ecc |



AC MILANO _ 1^ iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': partenza Rallye Montecarlo Historique EVENTO: Rallye Montecarlo Historique |
| TITOLO INIZIATIVA | 26° Rallye Montecarlo Historique |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club De Monaco e Automobile Club Milano |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Obiettivo: promozione degli sport motoristici e valorizzazione del territorio di competenza, soprattutto al fine di incentivare l'afflusso turistico incoming.</p> <p>Descrizione: presenza di circa 140 equipaggi provenienti da ogni parte d'Europa.</p> <p>La gara partirà dalla Sede AC Milano di Corso Venezia e successivamente le vetture, che lasceranno Milano alla volta di Monte Carlo, attraverseranno le vie più caratteristiche della città sostando anche davanti a Piazza Duomo per la presentazione dei concorrenti e per le foto di rito.</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito AC Milano, Social: Instagram, Facebook, LinkedIn |
| TARGET | Appassionati di auto, pubblico generalista |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 31 gennaio – 1° febbraio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Patrocinio del Comune di Milano |



AC MILANO _ 2^ iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': convegno EVENTO: Convegno su trasporto pubblico locale |
| TITOLO INIZIATIVA | “Obiettivo: un trasporto pubblico competitivo. Le gare possono dare una mano a migliorare la qualità del servizio.” |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Milano – Commissione Mobilità |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Obiettivo: creare un dibattito costruttivo per coinvolgere gli addetti ai lavori e anche l'opinione pubblica. Descrizione: appuntamento che si concentra su un aspetto trascurato nel nostro Paese: il contributo che può derivare da un sistema basato sulla concorrenza per incrementare efficienza ed economicità dei servizi. Su questo tema è opportuno un confronto fra i vari attori, basato anche sulle esperienze europee e su significative esperienze italiane, per meglio comprendere come le gare possano rappresentare un valido contributo. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito AC Milano, Social: Instagram, Facebook, Linkedin |
| TARGET | Giornalisti, esperti di settore, pubblico generalista |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 7 febbraio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | ATM, Comune di Milano |



AC MILANO _ 3^ iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': partenza auto Coppa Milano Sanremo EVENTO: Coppa Milano Sanremo |
| TITOLO INIZIATIVA | XV Rievocazione Storica Coppa Milano – Sanremo |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Equipe Grand Prix e Automobile Club Milano |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Obiettivo: promozione degli sport motoristici e valorizzazione del territorio di competenza. Descrizione: evento turistico, sportivo e culturale a calendario ACI-Sport – di regolarità classica di auto storiche. Partenza delle auto dalla sede di AC Milano |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito AC Milano, Social: Instagram, Facebook, LinkedIn. Conferenza stampa |
| TARGET | Appassionati di auto, pubblico generalista |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 14-17 marzo 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Patrocinio del Comune di Milano |



AC MILANO _ 4^ iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': accoglienza e gestione Club House GP d'Italia EVENTO: GP d'Italia |
| TITOLO INIZIATIVA | Formula 1 Pirelli Gran Premio d'Italia 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | ACI, AC Milano |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Obiettivo: promozione degli sport motoristici e valorizzazione del territorio di competenza. Descrizione: assegnazione biglietti per Club House e Terrazza ACI, gestione Club House |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito AC Milano, Social: Instagram, Facebook, LinkedIn |
| TARGET | Soci ACI, appassionati di auto, pubblico generalista |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 30-31 agosto – 1° settembre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comune di Monza |



AC MILANO _ 5^ iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': raduno auto d'epoca EVENTO: Ruote Nella Storia |
| TITOLO INIZIATIVA | Ruote Nella Storia AC Milano |
| STRUTTURA RESPONSABILE | ACI Storico, AC Milano |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Obiettivo: promozione degli sport motoristici e valorizzazione del territorio di competenza. Guida dei partecipanti e dell'opinione pubblica alla riscoperta e alla valorizzazione di palazzi, vie e personaggi storici di Milano.</p> <p>Descrizione: partecipazione di circa 50 equipaggi con altrettante vetture che si raduneranno presso la Sede AC Milano per poi partire per iniziare il Grand Tour cittadino.</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito AC Milano, Social: Instagram, Facebook, LinkedIn |
| TARGET | Appassionati auto d'epoca, soci ACI, pubblico generalista |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Novembre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Patrocinio Comune di Milano |



AC MODENA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': FORMAT ACI CON PROVE DI GUIDA SICURA |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI READY2GO GUIDA SICURA AUTO E MOTO |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC MODENA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | EDUCAZIONE STRADALE PER LA FORMAZIONE GUIDA SICURA SLALOM CON BIRILLI, FRENATA SU TELO BAGNATO, PROVE CON SKID PER SIMULAZIONE SBANDATA |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | SOCIAL, STAMPA LOCALE, STAMPA ON LINE |
| TARGET | NEO PATENTATI |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024: 3 o 4 date ancora soggette a conferma |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC NAPOLI _ 1^ iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': Campagna di sensibilizzazione |
| TITOLO INIZIATIVA | Entra nel Club dei Tifosi della Legalità |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Presidenza Automobile Club Napoli |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Promuovere e valorizzare la cultura del rispetto delle regole e della mobilità sicura e responsabile. Campagna sotto l'alto patronato del Presidente della Repubblica, e con la benedizione del Papa, che coinvolge, in qualità di testimonial, numerosi e prestigiosi esponenti delle istituzioni e della società civile, nonché eminenti autorità militari e religiose. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito istituzionale www.napoli.aci.it Quotidiani Newsletter |
| TARGET | Cittadinanza (Soci e non) |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Tutto l'anno |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Istituzioni, Enti pubblici, Associazioni, Autorità civili, militari e religiose |



AC NAPOLI _ 2^ iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': Attività di studio e proposta |
| TITOLO INIZIATIVA | Seminari Giuridici |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Presidenza Automobile Club Napoli |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Analizzare problematiche inerenti il settore della mobilità e avanzare proposte legislative di miglioramento. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Comunicati Stampa Sito istituzionale www.napoli.aci.it Mondoauto Newsletter |
| TARGET | Governo, Parlamento, Enti locali |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Tutto l'anno |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Magistratura, Prefettura, Università, Forze dell'Ordine, Foro |



AC NAPOLI _ 3^ iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': Sicurezza stradale |
| TITOLO INIZIATIVA | Protocollo d'intesa per la mobilità responsabile |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Presidenza Automobile Club Napoli |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Realizzare iniziative congiunte con il Comune di Napoli per promuovere la mobilità responsabile e la cultura della legalità (implementazione del servizio di infomobilità Luceverde, corsi di educazione stradale, collaborazione per la realizzazione di piani di settore ecc.) |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Comunicati Stampa Mondoauto – Newsletter Siti istituzionali www.napoli.aci.it e www.comune.napoli.it |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Tutto l'anno |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Amministrazione comunale – Ufficio Scolastico - Prefettura |



AC NAPOLI _ 4^ iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': Informazione e Comunicazione |
| TITOLO INIZIATIVA | Mondoauto |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Presidenza Automobile Club Napoli |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Esprimere la voce dell'Ente sui temi di pertinenza della mission istituzionale dell'Automobile Club, oltre che dare informazioni, ai Soci e non, su servizi, attività e iniziative dell'AC. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Rivista cartacea (diffusione 30mila copie) e online |
| TARGET | Soci, istituzioni e utenti dell'AC |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Cadenza bimestrale |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC NAPOLI _ 5^ iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': Editoriale |
| TITOLO INIZIATIVA | Ottanta voglia di continuare |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Presidenza Automobile Club Napoli |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Esprimere la voce dell'Ente sui temi di pertinenza della mission istituzionale dell'Automobile Club, oltre che dare informazioni, ai Soci e non, su servizi, attività e iniziative dell'AC. Pubblicazione che raccoglie gli interventi del Presidente ACN sulla stampa negli ultimi anni per descrivere le attività di studio, critica e proposta dell'Automobile Club Napoli, quale ente ritenuto dalla sua stessa legge istitutiva "necessario ai fini dello sviluppo economico, civile, culturale e democratico del Paese" |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Convegno pubblico |
| TARGET | Istituzioni, Enti territoriali, Parlamentari, Associazioni |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Luglio |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Ministeri della Cultura, Interno e Giustizia, Comune Napoli e Università |



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 | Direzione Automobile Club Parma. |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Far conoscere meglio le attività del Club ed 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 2024. |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC PONENTE LIGURE 1^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': evento automobilistico |
| TITOLO INIZIATIVA | EVENTO: Ruote nella Storia |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club del Ponente Ligure |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Manifestazione sul territorio nazionale con l'obiettivo di visitare i più importanti luoghi o siti storici provinciali e regionali |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Giornali - web -Social |
| TARGET | Appassionati |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Da calendario sportivo nazionale |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comuni - Regione Liguria - Provincia |



AC PONENTE LIGURE 2^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': educazione stradale |
| TITOLO INIZIATIVA | EVENTO: corsi di educazione stradale nelle scuole primarie e secondarie |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club del Ponente Ligure |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Attività di sicurezza stradale e mobilità, rispetto delle regole, saper circolare e comportarsi sulla strada |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Scuole - web - Social |
| TARGET | Studenti |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | A seconda delle richieste durante il periodo scolastico 2023/2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Istituti scolastici, Provveditorato agli studi |



AC PONENTE LIGURE 3^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': settimana dell'infanzia |
| TITOLO INIZIATIVA | EVENTO: Karting in piazza 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club del Ponente Ligure |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Attività di sicurezza stradale, rispetto delle regole, attività dedicata a grandi e piccini |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Giornali - web - Social |
| TARGET | Bambini, ragazzi |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Da valutarsi |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comune, Provincia |



AC PONENTE LIGURE 4^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': manifestazione automobilistica |
| TITOLO INIZIATIVA | EVENTO: Sanremo Rally storico 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club del Ponente Ligure |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Stimolare partecipazione piloti e case automobilistiche italiane ed europee. Incrementare presenza turistica e attività ricettive locali |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | TV -radio -Giornali - web -Social |
| TARGET | Varia, bambini, ragazzi, adulti |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Ottobre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comuni, Regione Liguria - Provincia -Fondazione Carige |



AC PONENTE LIGURE 5^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': manifestazione automobilistica |
| TITOLO INIZIATIVA | EVENTO: Sanremo Rally 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club del Ponente Ligure |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Stimolare partecipazione piloti e case automobilistiche. Incrementare presenza turisti e attività ricettive locali |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | TV -radio -Giornali - web -Social |
| TARGET | Popolazione varia, bambini, ragazzi, adulti |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Settembre - Ottobre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comuni, regione Liguria, Provincia, Fondazione Carige |



AC PONENTE LIGURE 6^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': socio culturale |
| TITOLO INIZIATIVA | EVENTO: Rally terapia 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club del Ponente Ligure |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Iniziativa che permette a persone diversamente abili di salire su una vettura da Rally vivendo un momento unico di sport e di integrazione. Organizzazione di 2 eventi a titolo "rally Terapia" |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Giornali - web -Social |
| TARGET | Ragazzi diversamente abili, associazioni |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Da valutarsi |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC POTENZA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' EDUCAZIONE STRADALE |
| TITOLO INIZIATIVA | INCIDENTALITA' STRADALE. PROGETTO EDUCATIVO RIVOLTO ALLE GIOVANI GENERAZIONI SUGLI INCIDENTI STRADALI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | PREFETTURA DI POTENZA (La Prefettura ha chiesto la nostra collaborazione per l'erogazione di corsi di educazione stradale negli Istituti scolastici) |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | PREVENZIONE E CONTRASTO DELL'INCIDENTALITA' STRADALE FINALIZZATO ALL'EDUCAZIONE E FORMAZIONE DEI GIOVANI IN ORDINE AI RISCHI CONNESSI ALLA VIOLAZIONE DI NORME IN MATERIA DI CIRCOLAZIONE STRADALE |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | L'UFFICIO SCOLASTICO REGIONALE COINVOLGE GLI ISTITUTI SCOLASTICI INTERESSATI E LA PREFETTURA CURA LA COMUNICAZIONE |
| TARGET | STUDENTI DELLE SCUOLE SECONDARIE DI SECONDO GRADO |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | ANNO SCOLASTICO 2023/2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | AL PROGETTO DELLA PREFETTURA DI POTENZA, OLTRE ALL'A.C. POTENZA, HANNO ADERITO LA POLIZIA STRADALE, LA MCTC, L'INAIL, L'ASP. |



AC REGGIO EMILIA 1^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' PARTY IN SICUREZZA |
| TITOLO INIZIATIVA | PARTY IN SICUREZZA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA 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. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti |
| TARGET | Alunni della scuola secondaria di primo grado Classi III |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 21 Febbraio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale Educazione stradale, Comune, provincia, Vigili del fuoco, 118, associazioni locali e forze dell'Ordine |



AC REGGIO EMILIA 2^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': EDUSTRATOMBOLA EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | EDUSTRATOMBOLA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA 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. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura Comune |
| TARGET | Alunni delle classi terze, quarte e quinte della scuola Primaria |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Dicembre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale Educazione stradale, Comune, Polizia Locale |



AC REGGIO EMILIA 3^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': L'ABC-AUTOSTRADA DEL BRENNERO IN CITTÀ |
| TITOLO INIZIATIVA | L'ABC-AUTOSTRADA DEL BRENNERO IN CITTÀ |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA 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 |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazioni sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura di Autostrade e Polizia Stradale |
| TARGET | Alunni delle classi quarte e quinte della scuola secondaria secondo grado |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 21 Marzo 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale educazione stradale, Autostrada del Brennero, Polizia stradale e Provincia |



AC REGGIO EMILIA 4^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO: ACI GOLF |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI GOLF |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA 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 |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani locali, notiziario, sito istituzionale |
| TARGET | Golfisti, Soci Aci |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Ancora da definire |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC REGGIO EMILIA 5^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': RUOTE NELLA STORIA |
| TITOLO INIZIATIVA | RUOTE NELLA STORIA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Promuovere Aci Storico e creare un momento di condivisione per la passione delle auto storiche |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Quotidiani locali, notiziario, siti web di tutti gli Enti coinvolti |
| TARGET | Club affiliati Aci Storico e tutti gli appassionati di auto storiche |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Ancora da definire |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comuni attraversati dal percorso programmato, associazioni locali, Provincia, Forze dell'ordine |



AC REGGIO EMILIA 6^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': MAGGIO IN STRADA |
| TITOLO INIZIATIVA | MAGGIO IN STRADA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA 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 |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura del Comune |
| TARGET | Alunni della scuola primaria |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Maggio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale Educazione Stradale, Comune, Provincia, Vigili del Fuoco, 118, associazioni locali e Forze dell'ordine |



AC REGGIO EMILIA 7^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': STRADILANDIA |
| TITOLO INIZIATIVA | STRADILANDIA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Manifestazione di educazione stradale pensata per le esigenze dei più piccini. I bambini diventano i veri attori della sicurezza stradale partecipando a laboratori grafici e pittorici sui segnali stradali nonché a percorsi guidati da praticarsi a piedi e in bicicletta. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti e comunicato stampa a cura del Comune |
| TARGET | Alunni della scuola dell'infanzia |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Giugno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale Educazione Stradale, Comune, Provincia 118, associazioni locali e Forze dell'ordine |



AC REGGIO EMILIA 8^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': IL MONOPATTINO ITINERANTE - CRASH TEST SIMULATION |
| TITOLO INIZIATIVA | IL MONOPATTINO ITINERANTE - CRASH TEST SIMULATION |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | <p>Monopattino: istruire i ragazzi all'utilizzo consapevole e corretto del monopattino con prove pratiche e teoriche, divulgazione di materiale informativo e compilazione di questionari di apprendimento</p> <p>Crash Test Simulation: con l'utilizzo di un simulatore di guida e ribaltamento si offre agli studenti l'opportunità di conoscere e condividere le norme che regolano la sicurezza stradale</p> |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti, social e quotidiani locali |
| TARGET | Alunni delle classi terze e quarte e quinte della scuola secondaria di secondo grado |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Gennaio - Maggio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale Educazione Stradale, Comune e Forze dell'ordine |



AC REGGIO EMILIA 9^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': CERTE NOTTI |
| TITOLO INIZIATIVA | CERTE NOTTI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Richiamare l'attenzione degli studenti sul rispetto delle norme dell'educazione stradale all'uscita delle discoteche; nonché sui comportamenti da tenersi in un contesto di divertimento all'interno dei locali e sensibilizzarli sulle conseguenze di abuso di sostanze alteranti |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Piattaforma web Ufficio Scolastico Provinciale, pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti, social e quotidiani locali |
| TARGET | Alunni della scuola secondaria di secondo grado |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 16 Marzo 2024-06 Aprile 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Tavolo provinciale Educazione Stradale, Comune e Forze dell'ordine |



AC REGGIO EMILIA 10^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': KARTING IN PIAZZA |
| TITOLO INIZIATIVA | KARTING IN PIAZZA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB REGGIO EMILIA |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Richiamare l'attenzione dei bambini sulle nozioni fondamentali del codice stradale, della sicurezza e del rispetto delle regole con una parte teorica e applicare queste nozioni attraverso l'utilizzo di un vero kart su un percorso protetto e allestito con segnaletica stradale, tutto in sicurezza. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Pubblicazione sui siti web di tutti gli Enti coinvolti, social e quotidiani locali. |
| TARGET | Bambini dai 6 ai 10 anni |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Ancora da definire |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Aci sport, Comune di Reggio Emilia |



AC ROMA 1^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' Manifestazione di auto storiche EVENTO Ruote nella Storia 2024 |
| TITOLO INIZIATIVA | Raduno di auto storiche nell'ambito del circuito "Ruote nella Storia" 2024 |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Roma |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Nel 2024 l'Automobile Club Roma organizzerà una tappa inserita nel circuito "Ruote nella Storia", mediante un raduno e corteo di auto storiche. Per il 2024 sarà privilegiato il territorio dei Castelli Romani e, in particolare, la città di Velletri, allo scopo di valorizzare il patrimonio automobilistico d'epoca e il turismo di prossimità. Il tutto sotto l'egida di ACI Storico. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito internet www.roma.aci.it Facebook ufficiale AC Roma Instagram ufficiale AC Roma Mailing list Quotidiani e Media |
| TARGET | Appassionati di auto storiche e cittadini |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Enti locali patrocinatori |



AC ROMA 2^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' – Editoriale EVENTO Redazione, pubblicazione e diffusione della rivista trimestrale Settestrate |
| TITOLO INIZIATIVA | Redazione e diffusione della rivista trimestrale "Settestrate", house organ dell'Automobile Club Roma per i Soci. |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Roma |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Settestrate è la rivista trimestrale dell'Automobile Club Roma che fornisce ai Soci un aggiornamento costante sui temi della mobilità e dei trasporti, dalla dimensione internazionale fino alla realtà della Capitale e sulle attività dell'Ente per tutti i versanti del proprio impegno istituzionale. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito internet www.roma.aci.it Facebook ufficiale AC Roma Instagram ufficiale AC Roma Mailing list |
| TARGET | Tutti i soci |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC ROMA 3^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' Culturale EVENTO Benedizione degli automobilisti |
| TITOLO INIZIATIVA | Benedizione degli automobilisti al Colosseo in occasione della Festa di Santa Francesca Romana – Patrona degli Automobilisti |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Roma |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Si svolgerà domenica 10 marzo 2024 la tradizionale benedizione delle automobili e degli automobilisti al Colosseo in occasione della Festa di Santa Francesca Romana, patrona degli Automobilisti e compatrona di Roma. A distanza di 95 anni dalla prima cerimonia, la manifestazione è la più antica tradizione automobilistica della Capitale organizzata dall'ACR ancora in corso. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito internet www.roma.aci.it Facebook ufficiale AC Roma Instagram ufficiale AC Roma Mailing list Quotidiani, Media |
| TARGET | Automobilisti, fedeli, cittadini |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | In occasione dell'evento |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comune di Roma Capitale, Procura Generalizia dei Frati Benedettini Olivetani tenutari della Basilica di Santa Francesca Romana al Foro Romano. |



AC ROMA 4^ Iniziativa

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' Premiazione sportiva EVENTO Cerimonia di premiazione "Pilota Romano dell'anno" 2023", da conferire a Giancarlo Fisichella e alla Scuderia Baldini 27. |
| TITOLO INIZIATIVA | Cerimonia di premiazione "Pilota Romano dell'anno 2023". |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Automobile Club Roma |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Il conferimento del premio al pilota romano si riconduce alla tradizione dell'Ente che, sin dagli Anni Cinquanta, ha assegnato riconoscimenti ai migliori conduttori sportivi romani tra cui rientrano vere e proprie leggende, come Piero Taruffi, Luigi Musso, Lodovico Scarfiotti e Ignazio Giunti. La consuetudine è ripresa nel 2020 allo scopo di valorizzare la vocazione sportiva automobilistica dell'Automobile Club nella Capitale. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito internet www.roma.aci.it Facebook ufficiale AC Roma Instagram ufficiale AC Roma Mailing list Quotidiani e Media |
| TARGET | Tutti i cittadini |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Enti locali patrocinatori degli eventi e altre organizzazioni |



AC ROMA 5^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' Artistica musicale e associativa EVENTO Esibizioni artistiche dell'ACR Chorus |
| TITOLO INIZIATIVA | Esibizioni del Coro polifonico dell'Automobile Club Roma |
| STRUTTURA RESPONSABILE | Direzione Automobile Club Roma |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Nel 2024 l'ACR Chorus, il coro polifonico dell'Automobile Club Roma composto da oltre 40 soci, svolgerà attività concertistica con esibizioni sul territorio nazionale. Già pianificati i concerti di Pasqua a Torricella Peligna (CH); a Pisa nell'ambito del festival dedicato al compositore "Lamberto Pietropoli" (maggio); a Leonessa (RI) con il Coro CAI di Rieti (giugno) oltre all'ormai tradizionale concerto di Natale. Maggiori informazioni e aggiornamenti sul sito www.acrchorus.it |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito internet www.roma.aci.it Sito internet www.acrchorus.it Facebook ufficiale AC Roma Instagram ufficiale AC Roma Mailing list |
| TARGET | Tutti i cittadini |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Enti locali patrocinatori degli eventi e altre organizzazioni |



AC ROMA 6^ Iniziativa

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' – Associativa EVENTO Promozioni e sconti per i Soci ACI per l'acquisto di biglietti per le partite della Nazionale italiana rugby al Torneo "6 Nazioni" presso lo Stadio Olimpico di Roma |
| TITOLO INIZIATIVA | Rugby 6 Nation |
| STRUTTURA RESPONSABILE | ACI/Automobile Club Roma |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Promozione dell'associazionismo nell'ambito del Torneo di rugby "6 Nazioni". Le facilitazioni consentono di accedere alle partite della nazionale italiana presso lo Stadio Olimpico di Roma. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito internet www.roma.aci.it Facebook ufficiale AC Roma Instagram ufficiale AC Roma Mailing list |
| TARGET | Appassionati dello sport e tutti i cittadini con focus sui soci dell'Automobile Club Roma. |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Anno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | CONI, FIR, Enti locali patrocinatori degli eventi e altre organizzazioni. |



AC SIENA 1^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': ACI READY TO GO |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI READY TO GO |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB SIENA - DIRETTORE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Realizzazione di almeno 1 modulo di guida sicura |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito istituzionale |
| TARGET | In linea con gli obiettivi di Federazione |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Da definire |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Patrocinio del Comune di riferimento |



AC SIENA 2^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA': ACI READY TO GO |
| TITOLO INIZIATIVA | ACI READY TO GO |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB SIENA - DIRETTORE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Realizzazione di almeno 1 giornata formativa presso gli istituti che ne faranno richiesta |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Sito istituzionale dell'Ente - portale Edustrada |
| TARGET | In linea con gli obiettivi di Federazione |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Da definire |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Scuole della provincia di Siena |



AC SIENA 3^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | COMUNICAZIONE SUI MEDIA LOCALI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB SIENA - DIRETTORE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | COMUNICAZIONE/PROMOZIONE DI EVENTI E CORSI INFORMATIVI SUI TEMI DELL'EDUCAZIONE E DELLA SICUREZZA STRADALE |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | SITO ISTITUZIONALE, RIVISTE ON LINE E QUOTIDIANI CRONACA LOCALE |
| TARGET | IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DI FEDERAZIONE |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | DA DEFINIRE TENDENZIALMENTE IN LINEA CON LE RICORRENZE CALENDARIZZATE E A LIVELLO NAZIONALE |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | UFFICIO COMUNICAZIONE DI ACI |



AC SIENA 4^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | EFFETTUAZIONE DI PROPOSTE DI CORSI |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB SIENA - DIRETTORE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | PROPOSTE E EFFETTUAZIONE CORSI TRASPORTACI SICURI PER ADULTI AD ASSOCIAZIONI E STRUTTURE SANITARIE |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | CORSI ON-LINE E IN PRESENZA |
| TARGET | IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DI FEDERAZIONE |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | CADENZA TRIMESTRALE |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | AZIENDA USL TOSCANA SUD EST – CORSI PRE PARTO SIENA |



AC SIENA 5^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | RUOTE NELLA STORIA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB SIENA - DIRETTORE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | PROMOZIONE DEL CLUB ACI STORICO E DEL MOTORISMO STORICO IN GENERE |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | SUPPORTO COMUNICATIVO EROGATO DA STRUTTURA ACI STORICO -SITO ISTITUZIONALE DELL'ENTE – MEDIA LOCALI- SITO ISTITUZIONALE ACI STORICO |
| TARGET | IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DI FEDERAZIONE |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | DA DEFINIRE |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | COMUNE DI SIENA-COMUNE DI RIFERIMENTO DELLA TAPPA |



AC SIENA 6^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | LA STRADA TRA PASSIONE E SICUREZZA |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AUTOMOBILE CLUB SIENA -DIRETTORE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | PROGETTO INTERISTITUZIONALE SUI TEMI DELLA MOBILITA' E DELLA SICUREZZA STRADALE E DELLA LEGALITA' |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | SITO ISTITUZIONALE DELL'ENTE – MEDIA LOCALI – UFFICIO STAMPA COMUNE DI SIENA |
| TARGET | IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DI FEDERAZIONE |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | DA DEFINIRE |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | COMUNE DI SIENA-PATROCINIO DELLA REGIONE TOSCANA-PREFETTURA DI SIENA- CARABINIERI-POLIZIA STRADALE-GUARDIA DI FINANZA-VIGILI URBANI- MISERICORDIE |



AC TERAMO 1^ INIZIATIVA

| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
|---|--|
| TITOLO INIZIATIVA | Premiazione dei Veterani, Pionieri e Super Pionieri del Volante |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Sviluppo della compagine associativa - promozione dei messaggi istituzionali di sicurezza stradale |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa – Social – Testate Online |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Fine aprile 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | |



AC TERAMO 2^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | Un secolo a fianco degli automobilisti: 100 anni dell'ACI Teramo |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Celebrare la storia e l'importanza che l'Automobile Club Teramo ha avuto per il territorio. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Vari comunicati e post Stampa – Social – Testate Online – TV. |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Maggio – dicembre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Saranno richiesti patrocini e collaborazioni a vari Enti |



AC TERAMO 3^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
| TITOLO INIZIATIVA | Benedizione dei veicoli civili e militari |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Benedizione degli automezzi di servizio delle forze armate, forze di polizia, di protezione civile, enti di soccorso. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa – Social – Testate Online |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | 2 luglio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Curia di Teramo |



AC TERAMO 4^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | Giornata della sicurezza stradale |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Giornata di riconsegna dei risultati dei progetti formativi svolti nelle scuole con premiazione degli istituti e degli alunni |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa – Social – Testate Online |
| TARGET | Alunni scuole secondarie |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Maggio – Giugno 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Istituzioni scolastiche |



AC TERAMO 5^ INIZIATIVA

| TIPOLOGIA INIZIATIVA | EVENTO |
|---|--|
| TITOLO INIZIATIVA | Rievocazione Storica del circuito del Castello |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Nel contesto del centenario dell'AC, la tappa di ACI Storico provinciale sarà dedicata alla rievocazione della storica corsa "IL CIRCUITO DEL CASTELLO". |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa – Social – Testate Online |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Maggio 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | Comune di Teramo |



AC TERAMO 6^ INIZIATIVA

| | |
|--|--|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | Diffusione dei dati sulle incidentalità |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Divulgare in modo capillare ai mezzi di stampa locale le risultanze dell'indagine ISTAT ACI al fine di sensibilizzare gli utenti della strada. Organizzare interventi del Presidente presso TV e mezzi d'informazione per porre l'accento sulle strade più pericolose. |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa – Social – Testate Online – TV. |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Ottobre 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC TERAMO 7^ INIZIATIVA

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | ATTIVITA' |
| TITOLO INIZIATIVA | Promozione attività sportive territoriali |
| STRUTTURA RESPONSABILE | AC Teramo |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | Diffusione dei risultati sportivi dell'anno precedente con premiazione dei piloti e promozione delle gare automobilistiche a valenza Nazionale ed Europea (Slalom e Kart) |
| MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE | Stampa – Social – Testate Online |
| TARGET | Cittadinanza |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | Giugno - Agosto 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | - |



AC UDINE

| | |
|--|---|
| TIPOLOGIA INIZIATIVA | CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE INCONTRI |
| TITOLO INIZIATIVA | UD4SAFETY FVG CAMPAGNA DI REGIONE FVG E AUTOMOBILE CLUB UDINE |
| STRUTTURA RESPONSABILE | DIREZIONE AUTOMOBILE CLUB UDINE |
| OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE | SENSIBILIZZAZIONE DI TUTTI GLI UTENTI DELLA STRADA DELLA PROVINCIA DI UDINE AL TEMA DELLA SICUREZZA STRADALE CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AI COMPORTAMENTI PIU' A RISCHIO |
| CANALI DI COMUNICAZIONE | STAMPA 4 RADIO LOCALI EMITTENTE TV LOCALE MAXISCHERMO DEL BLU ENERGY STADIUM SOCIAL MEDIA RADIO ACI |
| MODALITA' DI COMUNICAZIONE | COMUNICATI STAMPA INSERZIONI SPOT RADIO FOTO E VIDEO CALENDARI DA TAVOLO GADGET PER CICLISTI |
| TARGET | TUTTI GLI UTENTI DELLA STRADA: PEDONI, CICLISTI, CONDUCENTI DI VEICOLI A MOTORE GIOVANI E ADULTI |
| PERIODO DI DIFFUSIONE | GENNAIO/NOVEMBRE 2024 |
| SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI | REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA COMUNE DI UDINE E POLIZIA MUNICIPALE PREFETTURA DI UDINE POLIZIA DI STATO – SEZIONE POLIZIA STRADALE DI UDINE CONSULTA DEGLI STUDENTI PROVINCIA DI UDINE AUTOMOBILE CLUB D'ITALIA |



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 della 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), ancora attivo, è il risultato di un processo di co-creazione che ha visto la collaborazione tra tutti gli stakeholder 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, 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 inerente 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 stanziare 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 2024” (in attesa di approvazione da parte del Consiglio Generale)

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 2024 | |
|---|---|
| Obiettivi strategici | <ul style="list-style-type: none"> ● Rinforzare la qualificazione e il posizionamento di ACI, attraverso l'utilizzo sempre più diffuso della comunicazione digitale, uno strumento chiave che consente all'ACI di raggiungere un pubblico più ampio e di veicolare in modo efficace il suo impegno nella promozione di soluzioni sostenibili e nell'orientare la transizione verso un futuro energetico ed ecologico. ● Sostenere “l’ascolto” di ACI, riferimento Istituzionale globale sui temi della sicurezza stradale, della mobilità e della sua sostenibilità concreta, della P.A. 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 continuo delle sue tre testate, ricercando nuovi ambiti per iniziative editoriali coerenti con la missione di ACI ed intensificando le sinergie tra le diverse testate correlate ad ACI ed alle sue articolazioni. ● Potenziare le attività sui media e sui social digitali, sui quali ACI si impegna a potenziare le sue attività, affermando, ancora una volta, la sua posizione di eccellenza nella Pubblica Amministrazione per la capacità di coinvolgimento 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. ● Supportare il rinnovo e la crescita degli associati, con particolare attenzione al loro senso di appartenenza per rafforzare il ruolo di rappresentanza di ACI. ● Potenziare e ampliare il dialogo con tutti gli utenti della strada, confermandosi come il punto di riferimento fondamentale per ogni italiano in un lungo e complesso processo di trasformazione della |
| Obiettivi | |



| | |
|---------------------|---|
| puntuali | <p>mobilità. In un panorama caratterizzato da carenza energetica e variabilità dei prezzi, l'ACI si distingue per la sua dedizione a tutelare gli automobilisti, i proprietari di auto e per promuovere il miglior utilizzo dell'auto nella mobilità individuale.</p> <ul style="list-style-type: none">● 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● Proseguire nello sviluppo di appositi 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 bisogno di mobilità individuale;● gli utenti della strada più deboli e gli automobilisti del futuro, bambini e ragazzi, scuole e scolaresche;● gli appassionati e i cultori, tecnici e amatoriali, spettatori e sportivi;● i possessori e gli appassionati di auto storiche;● i nuovi immigrati, ben oltre i 5 milioni di residenti permanenti pari all'8.6% della popolazione. |
| Stakeholders | <p>Gli influenti, gli interlocutori, i decisori del Sistema auto, quali ad esempio:</p> <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; |

| | |
|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • 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"> • L'ACI si rivela attraverso il racconto tangibile dei suoi fatti, azioni e contenuti concreti, sfruttando il ricco patrimonio di esperienze e competenze. Analizzando in modo continuo i nuovi bisogni degli italiani, l'ACI si pone l'obiettivo di proporre soluzioni in linea con l'interesse generale. Ogni realizzazione diventa un'opportunità per valorizzare l'Ente, evidenziando i suoi valori, competenze e professionalità al servizio della comunità. • Comunicare con un approccio che non dà mai per scontato che tutti ci conoscano è il marchio distintivo dell'ACI. Con garbo, l'Ente segnala costantemente chi è, cosa fa e indica la direzione verso cui si sta dirigendo, rendendo trasparenti le proprie intenzioni e mantenendo un dialogo aperto con il pubblico. • 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, attraverso il suo distintivo "note of voice", assume un ruolo cruciale nel consolidare il posizionamento dell'ACI nella società contemporanea. La dedizione all'attenzione ai contenuti rilevanti, l'adozione di modalità non convenzionali e di tecniche innovative, unite a un "mood" contemporaneo, rappresentano una scelta ponderata. Questa strategia trasmette con immediatezza un'immagine forte, attuale e orientata al futuro, confermando l'ACI come un punto di riferimento dinamico e propositivo. • Comunicare ponendo al centro il cittadino-automobilista, considerando il suo punto di vista, i bisogni, i desideri e il linguaggio proprio, è il focus principale dell'ACI. Con la ferma convinzione che le competenze dell'ACI siano parte integrante del processo di modernizzazione tanto atteso dagli italiani, l'Ente si impegna a "disegnare il futuro per farti muovere meglio nel presente", riflettendo il suo ruolo centrale nel plasmare il panorama della mobilità in Italia. |



Aree di intervento per la Campagna di comunicazione strategica ACI – anno 2024

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 2024”

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.

Questa necessità di supporto sarà soddisfatta attraverso 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 2024-2025 e delle sue articolazioni;
- governance delle attività connesse alla Comunicazione e gestione strategica delle stesse, con affiancamento on demand nella gestione degli stakeholder;
- definizione e realizzazione della Campagna Sociale Nazionale;
- coadiuvazione per la definizione/gestione del coinvolgimento, nella comunicazione dell’Ente, delle diverse articolazioni di ACI (AC provinciali, Società collegate/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.

Per lo specifico dell’area digitale dei social media (Facebook, Instagram e LinkedIn) è richiesto l’utilizzo di figure professionali che affianchino il gruppo di lavoro della



Comunicazione per le attività di Social Media Management, Produzione contenuti, Social Media Monitoring, Sponsoring dei contenuti. Questa attività di supporto affianca la Comunicazione ed è finalizzata al consolidamento ed alla valorizzazione del profilo di ACI negli ambiti digitali e sostenere il dialogo con le fasce più giovani della popolazione e dovrà garantire:

- il monitoraggio, l'analisi e il miglioramento della reputazione di ACI sul Web;
- la gestione dei profili social di ACI attualmente su Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn e Youtube;
- il supporto creativo in altre attività di comunicazione digitale.

Questa necessità sarà soddisfatta attraverso 3 distinti servizi:

Servizio di Presidio ai Social Media che dovrà essere erogato con un mix di figure professionali esperte che garantisca la copertura di tutte le iniziative e gli eventi di ACI durante tutto l'anno garantendo una produttività di contenuti, anche frutto delle precedenti esperienze su questa tipologia di servizi

Servizio di sponsorizzazione dei contenuti ACI presenti sui social Facebook, Instagram e LinkedIn, di cui al precedente punto, al fine di garantire la loyalty degli utenti e opportunità di dare visibilità a campagne o attività ritenute importanti per l'Ente.

Abbonamento ad un prodotto software per la realizzazione di grafiche in-house utilizzando delle griglie preimpostate.

Comunicazione “corporate” e di utilità sociale

Questa area di intervento di "Campagna di comunicazione" è dedicata esclusivamente alla diffusione della "visione" e dei valori fondamentali dell'ACI. Utilizzando sia i mezzi di comunicazione tradizionali che quelli digitali, l'obiettivo è coinvolgere i grandi mass media a livello nazionale. Questa strategia mira a garantire un ampio raggio d'influenza, raggiungendo un vasto pubblico attraverso canali diversificati e rafforzando così la presenza e la percezione dell'ACI nella società.

Nel 2024 si intende orientare la comunicazione corporate ed istituzionale su due possibili direttrici:

- 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 sé 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;

In ambito comunicativo, l'innovazione spesso porta inevitabilmente a imitazioni. Mantenere un alto livello di efficacia implica quindi l'abilità di anticipare e comprendere i mutamenti continui nei media, traducendoli in azioni in anticipo rispetto agli altri. Con l'intenzione di rinnovare il modello di comunicazione originale adottato fino a oggi, il 2024 vedrà l'ACI impegnata nel mantenere la coerenza con la sua visione, introducendo al contempo nuove tecniche comunicative per rimanere all'avanguardia nel panorama in costante evoluzione della comunicazione.

Iniziative per la mobilità

La mobilità emerge come un pilastro centrale nelle politiche a favore della transizione energetico-ecologica, mantenendo la massima priorità per tutti gli stakeholder e i cittadini. Si configura come una priorità chiave per le attività del Governo e del Parlamento nel settore dei trasporti, coinvolgendo anche le Amministrazioni locali, specialmente nei grandi centri metropolitani. Spesso, questa sfida è affrontata attraverso il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR), che supporta progetti cruciali come le reti di ricarica per auto elettriche e le infrastrutture ferroviarie.

Il ridisegno complessivo delle politiche per la mobilità urbana ed extra urbana procede lentamente, spesso basandosi più su divieti che su alternative concrete. Le incongruenze di talune politiche pubbliche, unite alle carenze infrastrutturali e strumentali persistenti, contribuiscono ai ritardi nell'attuazione di misure concrete a favore di una mobilità integrata e funzionale alle esigenze della cittadinanza.

Nel 2024, con il persistere di elevati prezzi dei carburanti e un mercato automobilistico ancora debole, l'impiego di limitazioni nell'uso dell'auto, come avvenuto a Milano, sollecita una ricerca attiva di soluzioni per la mobilità. Queste proposte mirano a essere basate su dati scientifici piuttosto che ideologie, con l'obiettivo di tutelare i bisogni di tutti i cittadini, specialmente delle fasce più deboli e vulnerabili. L'approccio si concentra sulla neutralità tecnologica, rivolta al risultato finale effettivo per la riduzione delle emissioni.



È essenziale individuare le migliori iniziative rivolte agli Enti Locali, promuovendo un rapporto costante con l'ANCI e i decisori istituzionali. La partecipazione attiva a convegni nazionali sulla mobilità sostenibile consolida l'impegno dell'ACI verso soluzioni innovative. Parallelamente, un'attività informativa giornalistica mira a coinvolgere gli automobilisti, illustrando le opportunità e i vantaggi delle forme più innovative di mobilità supportate dall'Ente.

Rafforzamento editoriale

Il rafforzamento editoriale rappresenta un'ulteriore affermazione del ruolo preminente dell'ACI nel settore dell'auto e della mobilità in generale. Nel corso del 2024, la comunicazione dell'ACI sarà incentrata sulla diffusione dei nuovi prodotti editoriali, contribuendo così a consolidare questo potenziamento. Questo affiancamento costituirà un altro elemento chiave per la comunicazione istituzionale dell'ACI, in perfetta coerenza 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.

Nel 2022 e nel 2023 il servizio è stato erogato da ANSA e gli AC hanno potuto disporre di un importante strumento per raggiungere i media del loro territorio, declinando il messaggio nazionale secondo i bisogni e le attese dei loro concittadini.

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

Il ruolo di ACI nello sport si conferma tra i più qualificanti, fungendo da vettore di visibilità evidenziato dai tre GP di Formula 1 tenutisi in Italia nel 2020 e dai due GP di Monza e del Made in Italy a Imola, confermati nel 2024 grazie all'impegno dell'ACI.



Questa forte presenza ha un impatto significativo sulla credibilità e l'autorevolezza del Sistema Italia nel suo complesso, non solo per la soddisfazione degli appassionati in tutto il mondo, ma anche come elemento distintivo nei contesti internazionali.

Altra costante, l'impegno per la salvaguardia del patrimonio delle auto storiche italiane e per la loro qualificazione, un settore di passione che non conosce crisi nonostante il quadro di criticità economica dell'intera Europa. Prosegue la crescita, per interesse e qualità, delle competizioni riservate ai veicoli storici che vede ACI quale protagonista positiva.

Cresce anche l'attenzione dei turisti verso proposte che uniscono la passione per l'auto e per i luoghi dell'auto alle bellezze dell'Italia. Unire l'accoglienza turistica, alle eccellenze tecnologiche motoristiche, all'arte e ai paesaggi, ai percorsi delle competizioni automobilistiche storiche e alla tradizione millenaria, sono sempre più elementi distintivi dell'Italia nel panorama internazionale e concorrono - soprattutto attraverso i grandi eventi (agonistici, sportivi, amatoriali) – all'immagine e all'attrattività del Paese.

Nel 2024 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, il più storico GP della F1;
- Il nuovo Salone dell'Auto a Torino;
- 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 con il trasferimento alla Fiera Bologna ha visto raddoppiare lo spazio espositivo e i veicoli esposti e moltiplicare i visitatori.



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 2024 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 2024, saranno analizzate le opportunità di comunicazione dell' ACI e definite le eventuali forme di partecipazione.

Ricerca sul posizionamento di mercato dell'ACI

Con tutti i cambiamenti in atto si effettuerà una nuova ricerca di opinione su ACI e sui temi rappresentati, allo scopo di comprendere l'efficacia delle attività sopra esposte e cogliere le evoluzioni del sentiment degli italiani sul complesso delle tematiche di interesse per l'ACI; si ipotizzano, nello specifico, 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 2024 |
|--|
| AREE DI INTERVENTO |
| 1. SERVIZI DI SUPPORTO ALLA " COMUNICAZIONE NAZIONALE ACI 2024" |
| |
| 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 |