



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 esponenziale 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





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
Allegato 1 - Schede di dettaglio delle iniziative 2024	16
Allegato 2 - Piano degli eventi	24
Allegato 3 - Iniziative Automobile Club e Uffici Territoriali	48
Appendice 1 – Normativa di riferimento	128
Appendice 2 – Campagna di comunicazione strategica	133
LINEE GUIDA PER LA “CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE	
STRATEGICA ACI 2024”	



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;
- **iniziativa 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 esponenziale degli interessi degli automobilisti.

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

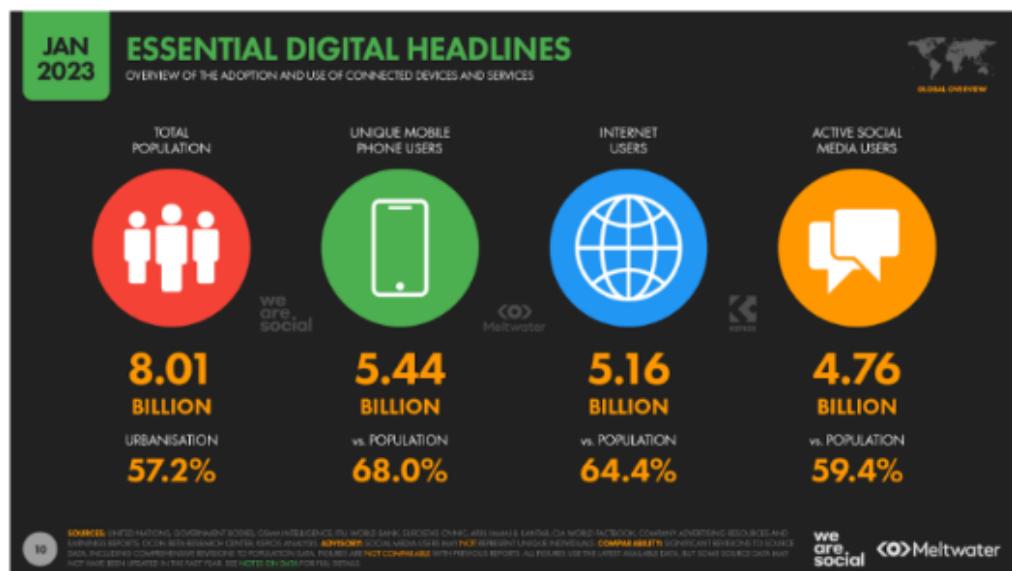


con particolare riferimento ai temi della **sicurezza e della mobilità sostenibile**. Fortemente rilanciata ne è stata anche la sua *mission* associativa.

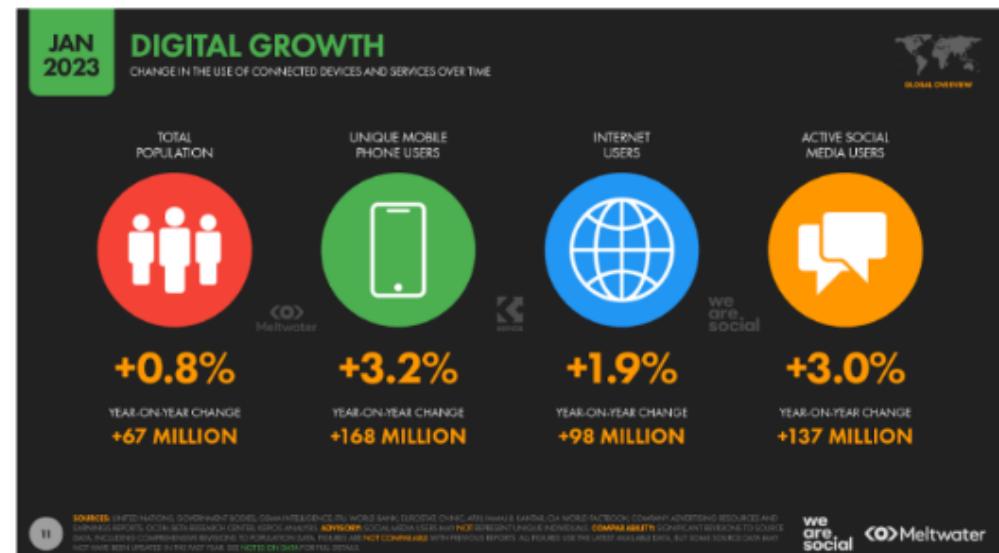
L'ACI inoltre è ormai sempre più riferimento irrinunciabile nella trasmissione dei valori connessi al "trasporto in sicurezza". I positivi risultati raggiunti spingono, quindi, a proseguire in questo senso per consolidare ed accrescere ulteriormente l'autorevolezza, la reputazione positiva e la visibilità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

Per quanto concerne la comunicazione in generale, 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:

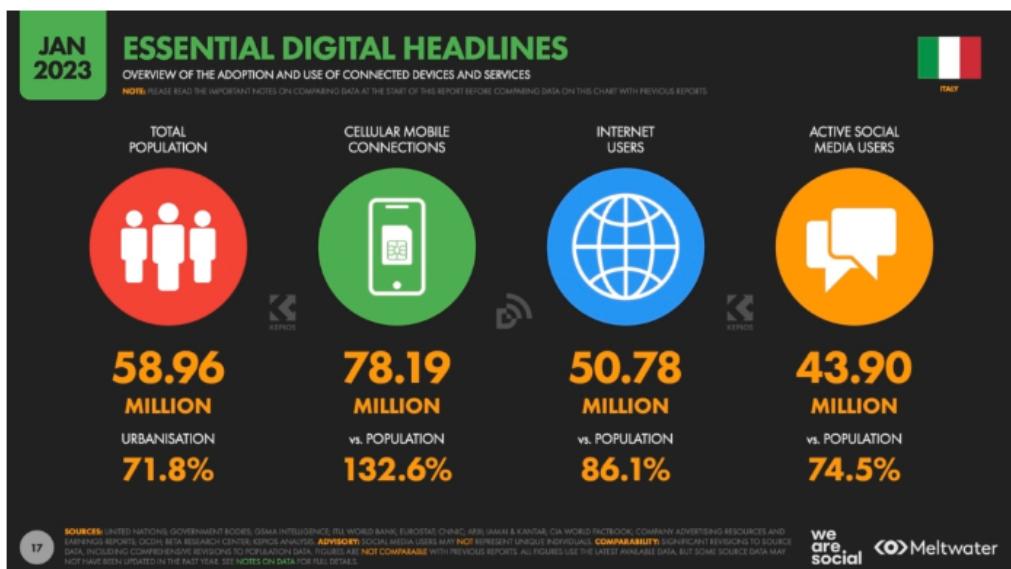
- su scala globale, gli utenti di internet sono pari a 5,16 miliardi, con un incremento dell' 1,9% (+98 milioni) rispetto a gennaio 2022. La penetrazione internet mondiale si attesta quindi al 64,4%, ma alcuni ritardi nella comunicazione dei dati indicano che la crescita effettiva è probabilmente superiore. 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.

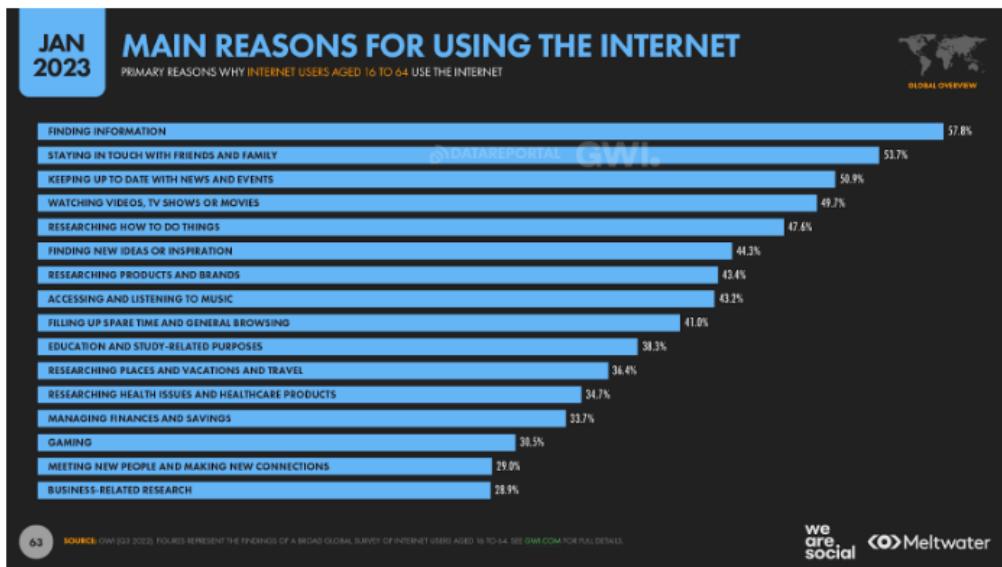


- in Italia circa 51 milioni di persone sono online ogni giorno e poco meno di 44 milioni quelle attive sui canali social, con una penetrazione che si avvicina al 75%. Un Paese, quindi, che si conferma maturo e connesso, con un trend in crescita per quanto riguarda Internet, piattaforme social e nuove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

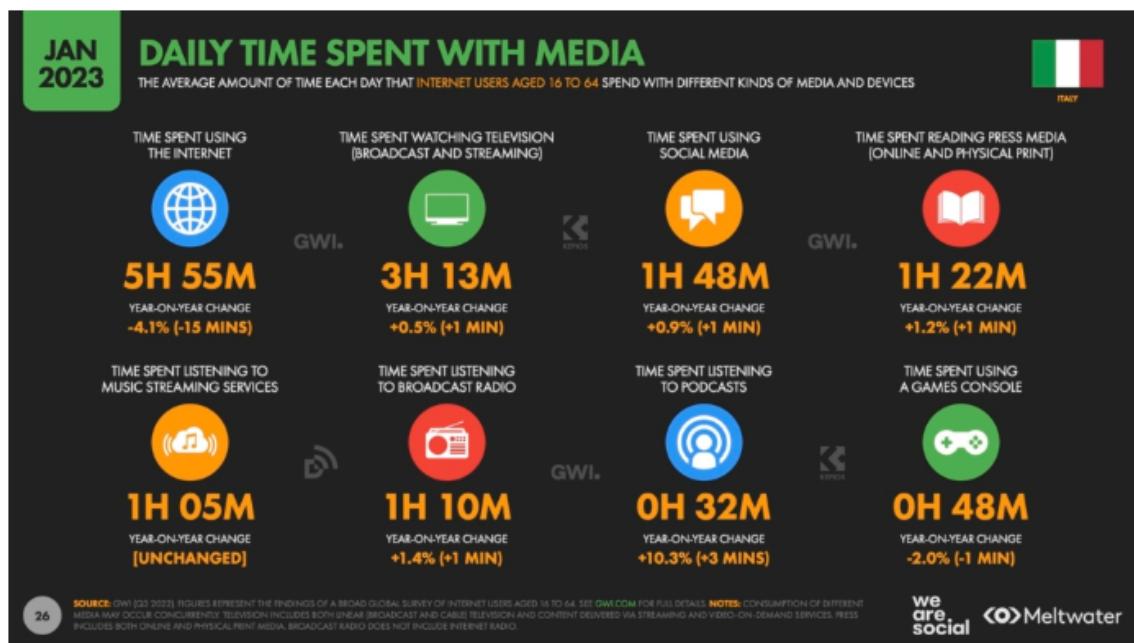


Nonostante recenti rilevazioni mostrano come i comportamenti di ricerca si stiano evolvendo, “ricercare informazioni” è ancora il motivo principale per cui le persone usano Internet oggi. Si evidenzia che quasi 6 utenti (in età lavorativa) su 10 fanno ancora riferimento a risorse online quando cercano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

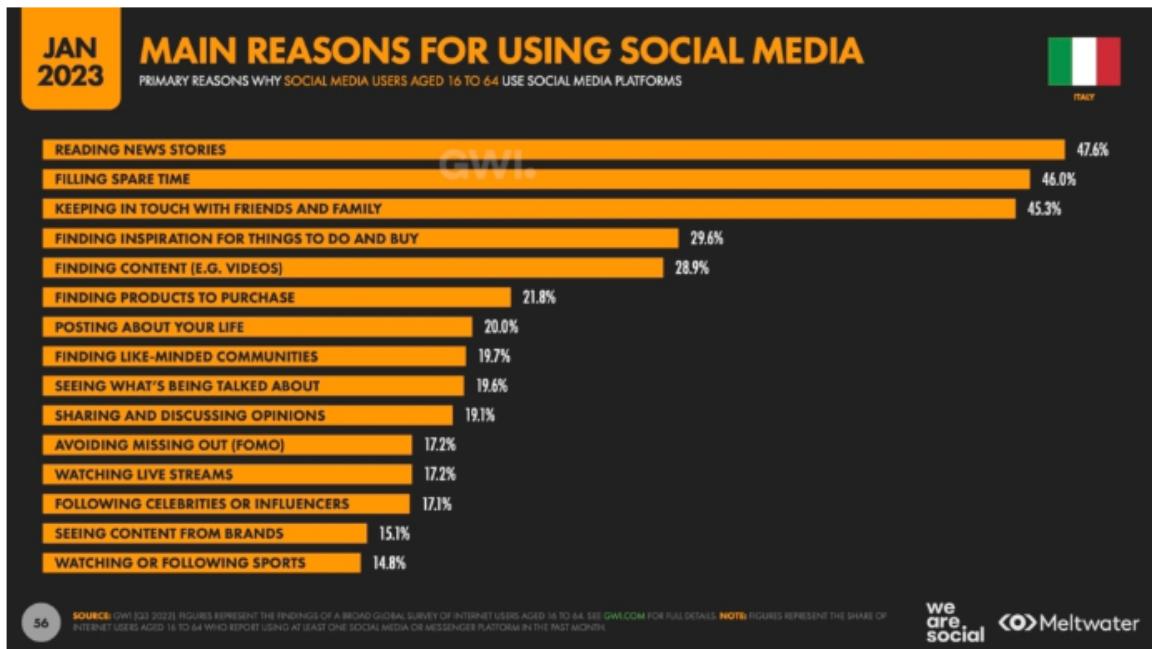
- rimanere in contatto con amici e familiari (53,7%);
- rimanere aggiornati su notizie e attualità (50,9%);
- guardare video (49,7%).



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. È 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 **iniziativa 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^ 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 sentimento 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.



SCHEDA DELLE INIZIATIVE ANNO 2024

DIREZIONE TRASPARENZA, ANTICORRUZIONE, ATTIVITA' ISPETTIVE E RELAZIONI CON IL PUBBLICO

TIPOLOGIA INIZIATIVA	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). 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.
TITOLO INIZIATIVA	16^ Giornata della Trasparenza della Federazione ACI
STRUTTURA RESPONSABILE	Direzione Trasparenza, Anticorruzione, Attività Ispettive e Relazioni con il pubblico
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Sviluppare e condividere, all'interno e all'esterno dell'Amministrazione, la cultura della trasparenza, della legalità e dell'integrità. Informare gli stakeholders sulle iniziative e sulle attività previste nel PIAO in materia di prevenzione della corruzione, di trasparenza e di performance.
MODALITA' E CANALI DI COMUNICAZIONE	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 . Disponibilità di una e-mail di contatto per consentire agli ospiti di esprimere opinioni, inviare segnalazioni o presentare domande.
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'attrattività 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 AACCI 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
ASSOCIAТИVE 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.
MODALITA' 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 articolieranno 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	Obiettivo è il potenziamento della comunicazione interna attraverso il sempre maggiore utilizzo dei nuovi strumenti di comunicazione tra cui i podcast. 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.
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	-



Automobile Club d'Italia

Allegato 2

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



FORUM PA

**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 ASSEGNAME	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: <ol style="list-style-type: none">1. Sensibilizzazione sulla sicurezza stradale e formazione pratica in loco attraverso momenti interattivi, organizzati al fine di coniugare il tema ludico della pratica con il tema della sicurezza e del rispetto per le regole della strada, con la supervisione del nostro team di esperti (ad esempio <i>Karting in piazza</i>)2. Diffusione di messaggi istituzionali attraverso strumenti innovativi di comunicazione studiati ad hoc per coinvolgere il target giovani (ad esempio <i>Ready2Go</i>, <i>simulatori di guida</i>, <i>video emozionali di sensibilizzazione sulla sicurezza stradale</i>, <i>video per la formazione dei bambini dai 7 ai 10 anni – Modulo “Giovani campioni della Sicurezza stradale” legato al Karting in piazza</i>)3. Individuazione di forme e modalità di proposte associative in linea con le esigenze dei giovani e di servizi utili per avvicinare questo target al mondo automobilistico (desk informativi, concorsi di idee, raccolta proposte da parte del target di riferimento, ecc.)
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• I giovani• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club



RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Le risorse di budget saranno ripartite tra le disponibilità delle Direzioni coinvolte
PREVISIONE DI SPESA	Da valutare in relazione al progetto di partecipazione che sarà concordato tra le Direzioni ACI coinvolte e con i Vertici dell'Ente
NOTE	<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 ASSEGNAME	I costi connessi all'organizzazione dell'evento trovano copertura nel budget della Direzione Sport Automobilistico e sono relativi al rapporto di collaborazione in essere tra l'ACI e la Società dell'Ente SIAS Spa.
PREVISIONE DI SPESA	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 ASSEGNAZIONE	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	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. 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.
CONTENUTI	Partecipazione della Federazione ACI all'evento con un proprio stand espositivo e un ricco programma di appuntamenti e convegni.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club• Club Affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport, la Soc. ACI Progei.



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 ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Firenze.



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 ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con AA.V.C., la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport, L'AC di Trieste.



ACI STORICO FESTIVAL

PERGUSA 9 Giugno 2024

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



COPPA D'ORO DELLE DOLOMITI

CORTINA
18-21 Luglio 2024

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



ACI STORICO FESTIVAL & HISTORIC MINARDI DAY

IMOLA – Autodromo Enzo e Dino Ferrari
24-25 Agosto 2024

OBIETTIVI	Il Festival ACI Storico rappresenta un momento di grande importanza per tutto il mondo ACI, fortemente impegnato per la tutela e la promozione del motorismo storico. 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. 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.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club• Soci• Club Affiliati• Musei affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport, Giancarlo Minardi e l'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 ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività organizzative saranno curate da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport e l'Autodromo di Vallelunga.



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 ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività organizzative saranno curate da ACI Storico in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Soc. ACI Sport e l'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 ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport e l'Automobile Club di Palermo.



AUTO E MOTO D'EPOCA

Fiera di BOLOGNA 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	Partecipazione della Federazione ACI all'evento con un proprio stand espositivo e un ricco programma di appuntamenti e convegni.
SOGGETTI DA COINVOLGERE	<ul style="list-style-type: none">• Autorità e personalità istituzionali ed esperti del settore di riferimento• Stampa e media nazionali e locali• Automobile Club• Club Affiliati
RISORSE DI BUDGET ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport, la Soc. ACI Progei.



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 ASSEGNAME	Risorse afferenti al budget della Direzione per lo Sport Automobilistico
NOTE	Le attività saranno svolte in sinergia con la Direzione per lo Sport Automobilistico, la Direzione Educazione Stradale, Mobilità e Turismo, la Soc. ACI Sport, la Soc. ACI Progei.



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 ASSEGNAME	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 ASSEGNAME	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.



Allegato 3

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 Atessa 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 Atessa 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	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.
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 Instagram, 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 Instagram, e dei siti web istituzionali, quello nostro e quello degli Istituti Scolastici aderenti.</p>
TARGET	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.
PERIODO DI DIFFUSIONE	Le "Giornate Conclusive della sicurezza stradale" si terranno in luoghi da definire nei mesi di aprile/maggio/giugno e/o di ottobre/novembre.
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	L'attività prevede la sinergia tra AC e Istituti Scolastici, con il coinvolgimento dell'Amministrazione Comunale, attraverso il proprio Comando di Polizia Locale.



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^ 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	Informare e trasmettere al pubblico la consapevolezza che l' osservanza dei principi di sicurezza sono diretti non solo all' individuo ma alla collettività . Sicurezza sulle strade : BENE COMUNE
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 I° 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	Obiettivo: promozione degli sport motoristici e valorizzazione del territorio di competenza, soprattutto al fine di incentivare l'afflusso turistico incoming. Descrizione: presenza di circa 140 equipaggi provenienti da ogni parte d'Europa. 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.
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	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. 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.
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 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	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 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
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^A Iniziativa

TIPOLOGIA INIZIATIVA	ATTIVITA' – Editoriale EVENTO Redazione, pubblicazione e diffusione della rivista trimestrale Settestrade
TITOLO INIZIATIVA	Redazione e diffusione della rivista trimestrale "Settestrade", house organ dell'Automobile Club Roma per i Soci.
STRUTTURA RESPONSABILE	Automobile Club Roma
OBIETTIVO DELL'INIZIATIVA E DESCRIZIONE	Settestrade 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^a 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 INFOPROFORMATIVI 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 MOBILITÀ E DELLA SICUREZZA STRADALE E DELLA LEGALITÀ
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'ACI, 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 delle riforma, anche con sanzioni e incentivi; estensione della riforma alle società partecipate e agli enti pubblici economici; analisi di fattibilità di un polo previdenziale e assistenziale dedicato; assegnazione di una voce di bilancio dedicata all’Area e previsione di adeguate risorse per nuove assunzioni.

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

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



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

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

Come previsto dalle regole di OGP, il 5NAP è stato sottoposto a consultazione pubblica online sulla piattaforma ParteciPa, 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



conto, la priorità italiana è recuperare il profondo divario digitale e culturale che la contraddistingue, come evidenziato dal quartultimo posto in UE del Paese nell'indice DESI (Indice di digitalizzazione dell'economia e della società), e dall'ultimo posto sulle competenze digitali.

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

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

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

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

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



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

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

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

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

VINCOLI DI SPESA

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

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



gestionale dei quali rientra l'efficace attuazione delle iniziative individuate - opereranno nei limiti delle risorse che trovano copertura nelle corrispondenti voci di costo.

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



APPENDICE 2

LINEE GUIDA PER LA “CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE STRATEGICA ACI 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.
Obiettivi	<ul style="list-style-type: none">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



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 bisogni 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 direttive:

- la sicurezza stradale, che inizia con i corretti comportamenti alla guida e con il rispetto e la protezione dei diversi utenti stradali, a iniziare dai più vulnerabili, e che si incrementa con il corretto uso degli ADAS presente nelle vetture di ultima generazione o installati successivamente;



- la transizione della mobilità con la necessità di coniugare le nuove opportunità salvaguardando i bisogni individuali/familiari, anche alla luce delle criticità energetiche di oggi e del prossimo futuro, affermando la vision di ACI che considera la mobilità sostenibile in 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 sentimento 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