



RAPPORTO DI AUTOVALUTAZIONE AUTOMOBILE CLUB MANTOVA

Formez

INTRODUZIONE

L'Automobile Club Mantova è stato selezionato per partecipare al Progetto F@cile Caf. Il Common Assessment Framework rappresenta il prodotto più conosciuto del network, a forte impatto sulla possibilità di valutare e migliorare la qualità delle amministrazioni pubbliche in Europa.

Il CAF è il primo strumento europeo di gestione della qualità appositamente progettato e sviluppato per il settore pubblico da personale pubblico.

Si tratta di un modello generale, semplice, accessibile e facile da utilizzare dalle organizzazioni di tutti i settori della pubblica amministrazione.

Prende in considerazione tutti gli aspetti dell'eccellenza organizzativa, guidando al miglioramento continuo. Il Common Assessment Framework (CAF) è uno modello di gestione della qualità sviluppato dal settore pubblico per il settore pubblico per eseguire l'auto-valutazione della performance organizzativa.

Il CAF appartiene alla famiglia dei modelli di gestione della qualità - Total Quality Management (TQM) - in quanto originariamente ispirato al modello di eccellenza della European Foundation for Quality Management (EFQM).

È un modello per la gestione della performance organizzativa che funge da "bussola" per aiutare i dirigenti responsabili della gestione a definire i percorsi verso l'eccellenza.

La qualità e i servizi della pubblica amministrazione sono valutati sulla base del loro impatto sulla qualità della vita delle persone.

Lo scopo del modello CAF è quindi guidare le organizzazioni pubbliche a raggiungere i migliori risultati possibili in tale direzione.

CAPITOLO 1: PRESENTAZIONE DELL'AMMINISTRAZIONE

AUTOMOBILE CLUB MANTOVA

PRESENTAZIONE DELL'AMMINISTRAZIONE. BREVE STORIA IN RELAZIONE AL CONTESTO IN CUI OPERA

L'Automobile Club Mantova, nato nel 1926, in virtù della disciplina introdotta dalla L. 20 marzo 1975, n. 70 è un Ente pubblico non economico senza scopo di lucro, a base associativa, riunito in Federazione con l'ACI.

Ai sensi dell'art. 36 dello [Statuto ACI](#), riunisce "nell'ambito della circoscrizione territoriale di competenza le persone e gli Enti che, per ragioni di uso, di sport, di studio, di tecnica e di commercio, si occupano di automobilismo".

Il mandato istituzionale, quale perimetro nel quale l'Ente può e deve operare sulla base delle sue attribuzioni/competenze, è esplicitato dallo Statuto, che evidenzia la struttura federativa dell'ACI che ne costituisce elemento peculiare e distintivo rispetto agli altri attori che intervengono sulla medesima politica pubblica.

La mission dell'Automobile Club Mantova è così riassumibile: *"Presidiare i molteplici versanti della mobilità, diffondendo una cultura dell'auto in linea con i principi della tutela ambientale e dello sviluppo sostenibile, della sicurezza e della valorizzazione del territorio"*.

La pianificazione delle attività dell'Automobile Club Mantova - predisposta dal Direttore e deliberate dal Consiglio Direttivo dell'Ente unitamente ai Budget di Esercizio - ha individuato le priorità e gli obiettivi strategici di seguito elencati sinteticamente:

1. Progettazione e realizzazione di iniziative di sensibilizzazione e informazione dei cittadini - con particolare riguardo ai giovani ed alle c.d. utenze deboli - in materia di mobilità, sicurezza ed educazione stradale, in sinergia con le principali Istituzioni pubbliche e private locali (Prefettura, Comune, Provincia, Forze dell'Ordine, Associazioni, Istituti scolastici, Organi di informazione, ecc);
2. Promozione della pratica sportiva automobilistica, attraverso l'esercizio delle funzioni dell'Automobile Club Mantova di rappresentante provinciale della Federazione sportiva automobilistica. Tale attività - svolta con il supporto della Commissione Sportiva dell'Ente - è incentrata su l'organizzazione, il patrocinio e la partecipazione diretta ad eventi e manifestazioni sportive nel territorio mantovano e sullo sviluppo di iniziative a tutela dei Piloti e degli Ufficiali di gara;
3. Valorizzazione e tutela dei marchi e del patrimonio culturale costituito dal Museo Tazio Nuvolari e dagli autoveicoli di interesse storico circolanti nella Provincia di Mantova, attraverso lo sviluppo di collaborazioni con Associazioni di settore ed il costante concorso e supporto nella valorizzazione e sviluppo del Club ACI Storico, al quale sono affiliati sia l'Automobile Club Mantova che il Museo Tazio Nuvolari.
4. Affermazione del ruolo dell'Automobile Club Mantova quale soggetto pubblico ed al contempo Club aggregatore di servizi per la sosta e la mobilità, che consenta - attraverso la valorizzazione del patrimonio informativo dell'Ente e lo sviluppo di adeguate tecnologie - di offrire ai Soci ACI ed in generale ai Cittadini mantovani efficaci soluzioni ed opportunità nel settore automotive;

5. Rafforzamento e promozione dell'associazionismo, della promozione del territorio e del turismo, non solo attraverso le attività incentrate sul Museo Tazio Nuvolari, ma anche attraverso il supporto e l'incentivazione della rete delle Delegazioni dell'Automobile Club Mantova;

6. Potenziamento e diversificazione delle iniziative di contatto e coinvolgimento dei Soci reali e potenziali, anche sperimentando e valorizzando nuove modalità di comunicazione telematica, nonché attraverso il potenziamento delle strategie di comunicazioni mediante utilizzo dei siti web <http://www.mantova.aci.it> e www.tazionuvolari.it e dei social network.

Tutti gli atti amministrativi (statuto, regolamenti, norme di funzionamento, bilanci, provvedimenti, ecc.) ed i documenti relativi all'organizzazione dell'Ente sono pubblicati a norma di legge nella Sezione "[Amministrazione trasparente](#)", presente nel sito web istituzionale www.mantova.aci.it.

TIPOLOGIA DI AMMINISTRAZIONE/SETTORE

Ente pubblico non economico a base associativa appartenente alla Federazione ACI. Settore automotive.

ORGANIGRAMMA DELL'AMMINISTRAZIONE/SETTORE

Automobile Club Mantova è Ente a base associativa a struttura semplice, che prevede la seguente organizzazione:

- Consiglio Direttivo, composto dal Presidente (legale rappresentante dell'Ente) e da n. 4 Consiglieri
- Collegio dei Revisori dei Conti, composto da n. 3 componenti, di cui n. 1 uno di nomina ministeriale
- Direttore, Funzionario dell'ACI (Ente federante), incaricato mediante delibera del Consiglio Direttivo dell'Ente previa autorizzazione del Segretario Generale dell'ACI
- N. 1 Dipendente appartenente ai ruoli dell'Ente e n. 11 Dipendenti della Società in house S.A.S.A. Srl, sottoposta a direzione e controllo dell'Ente.
- Articolazione Uffici
- Direzione e Segreteria
- Ufficio Amministrazione e Contabilità
- Ufficio Soci / Ufficio sportivo
- Ufficio Tasse automobilistiche e Assistenza Automobilistica
- Delegazioni ACI
- Museo Tazio Nuvolari

L'Organigramma è pubblicato in [forma grafica](#) nella Sezione Amministrazione Trasparente presente nel sito web istituzionale www.mantova.aci.it

PERSONALE DELL'AMMINISTRAZIONE/SETTORE

Attualmente è presente nei ruoli dell'Automobile Club Mantova n. 1 dipendente con contratto di lavoro a tempo indeterminato.

PRINCIPALI PARTNERSHIP STABILITE

Le principali partnership stabilite dall'Ente sono riferite ai settori d'interesse dell'Automobile Club Mantova: educazione e sicurezza stradale, associazionismo, automobilismo storico e sportivo, cultura e turismo:

- 1) MIUR (educazione stradale);
- 2) Regione Lombardia (partnership cultura, musei, turismo);
- 3) Club 8Volanti Tazio Nuvolari (autoraduni e motorismo storico);
- 4) Società Global Media (digitalizzazione Museo Nuvolari).

Infine, si segnalano numerose partnership derivanti dalla concessione della licenza d'uso del marchio "Tazio Nuvolari" a società operanti nel campo dell'abbigliamento, degli accessori per i viaggi, di lifestyle e enogastronomia.

PRINCIPALI STAKEHOLDER INTERNI ED ESTERNI DI RIFERIMENTO

STAKEHOLDER ESTERNI

- ✓ Prefettura di Mantova, Questura, Polizia stradale, Carabinieri, Guardia di Finanza, Polizia locale
- ✓ Regione Lombardia
- ✓ Provincia di Mantova
- ✓ Comune di Mantova e tutti i principali Comuni della Provincia di Mantova
- ✓ Istituti scolastici di tutti gli ordini e gradi della Provincia di Mantova
- ✓ Palazzo Ducale di Mantova
- ✓ Media: La Gazzetta di Mantova, La Voce di Mantova, Telemantova e web media
- ✓ Associazioni culturali e sportive: Unione Nazionale Cavalieri d'Italia, Associazioni e reti museali affini al Museo Tazio Nuvolari, ACI Storico, Scuderia Tazio Nuvolari Asia, Club 8Volanti Tazio Nuvolari, Club AMAMS Tazio Nuvolari, Circuito Campione d'Italia, Autodromo Tazio Nuvolari, Circuito del Tigullio, Associazione monumento dominicani di Mantova.
- ✓ Società Global Media, Società Rubini, Società Nuvolari Collection, Società Mynet ecc.

STAKEHOLDER INTERNI

- ✓ Commissione sportiva dell'Automobile Club Mantova
- ✓ Società in house S.A.S.A. Srl
- ✓ Strutture di supporto agli AA.CC. di ACI Informatica
- ✓ Delegazioni dirette ed indirette dell'Automobile Club Mantova

CAPITOLO 2: PRESENTAZIONE DEL PROCESSO DI AUTOVALUTAZIONE CAF SVOLTO

STEP 1 - DECIDERE COME ORGANIZZARE E PIANIFICARE L'AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

Nel mese di Febbraio del 2025, l'Automobile Club Mantova è stato selezionato dalle competenti Strutture Centrali dell'Automobile Club d'Italia (Ente federante) per partecipare all'iniziativa Common Assessment Framework (CAF) 2025, per la certificazione europea di qualità.

La scelta viene comunicata nell'incontro webinar tenutosi in data 19/2/2025.
All'incontro erano presenti:

Fabrizio Turci - Direttore Compartimentale Area Nord ACI
Alessandra Amelia Cappuccio - Dirigente dell'Ufficio ACI per il Coordinamento dell'Attività amministrativa
Antonina Pennacchio - Staff CAF in ACI
Serena Rieti - Staff CAF in ACI
Giuseppe Pottocar - Direttore Automobile Club Mantova e Museo Tazio Nuvolari.

La riunione ha visto il coinvolgimento di altri CAF User ACI - AC e Uffici Provinciali diversificati in termini di complessità organizzativa nell'ottica di scambiare osservazioni e buone pratiche con coloro che dovranno avviare il percorso CAF/CEF nel 2025 in una logica di benchlearning.

Ciò nell'ottica di fornire all'AC Mantova ed al suo Museo il supporto esperienziale necessario per realizzare presso le proprie organizzazioni piani di miglioramento riferiti alla medesima circoscrizione territoriale e comprensivi di iniziative realizzate in maniera congiunta da entrambi le Strutture.

Nel corso della riunione sono stati trattati gli argomenti di seguito indicati:

- illustrazione dell'iniziativa di diffusione e applicazione del modello europeo di eccellenza (Common Assessment Framework);
- cenni alla struttura del modello CAF (criteri/sotto criteri/esempi);
- aspetti organizzativi connessi alle fasi propedeutiche di applicazione del modello presso le Strutture.

Tale evento è stato successivamente reso noto agli Stakeholder esterni ed interni ed a tutti i Cittadini, mediante comunicato stampa trasmesso a tutti gli organi di informazione in data 4/3/2025.

Considerata l'importanza del CAF - Quadro di riferimento comune per l'Autovalutazione promosso ed approvato dai Ministri della Funzione Pubblica dell'Unione Europea - l'Automobile Club Mantova ha deliberato in data 14/3/2025 la formale adesione al metodo CAF e la contestuale nomina del Referente per l'autovalutazione, individuato nel Direttore dell'Ente Dott. Giuseppe Pottocar.

Il Referente per l'autovalutazione ha immediatamente definito, con il supporto degli specialisti ACI appartenenti allo Staff F@cile CAF, il Piano di attuazione del processo di autovalutazione.

Sono stati innanzitutto individuati i principi su cui fondare tutte le successive attività del progetto in esame:

- 1) guidare l'organizzazione ad una gestione conforme ai principi dell'eccellenza e del miglioramento continuo secondo una cultura della qualità europea;
- 2) rafforzare una cultura organizzativa aperta al dialogo e, orientata allo sviluppo delle competenze, alla motivazione e alla soddisfazione delle esigenze di tutti coloro che si impegnano per l'erogazione di servizi al territorio sempre più efficaci ed efficienti;
- 3) valorizzare l'impegno dell'Automobile Club mantovano e del proprio Museo Tazio Nuvolari nell'avvio di iniziative, progetti ed attività di particolare valore pubblico ed impatto sociale e volti al miglioramento della qualità della vita della collettività di riferimento;
- 4) sostenere l'Automobile Club Mantova nei processi di ammodernamento e cambiamento anche in attuazione delle riforme del settore pubblico;
- 5) operare sempre di più verso il territorio all'insegna della sostenibilità, della responsabilità sociale, della cultura e della tutela dell'ambiente.

I principi sopra elencati, sono stati successivamente formalizzati ed inclusi nella Determinazione n. 3 del 17/3/2025, con cui Direttore - in qualità di Referente per l'autovalutazione - ha costituito il Gruppo di Autovalutazione (GAV), composto da n. 3 risorse, una delle quali in servizio presso l'Ente e le restanti in servizio presso la Società in house dell'Ente.

Ai fini della costituzione del GAV, sono state individuate e selezionate risorse che hanno sviluppato competenze e know-how specifici nei diversi ambiti di attività e servizi di competenza dell'Automobile Club Mantova e della propria Società in house SASA Srl e che, pertanto, sono rappresentative della complessiva realtà organizzativa di riferimento. Il ruolo di Coordinatore del GAV è stato assunto dal Referente per l'autovalutazione.

I Componenti del GAV, ricevuta copia della Determinazione n. 3/2025, sono stati invitati a partecipare a una videocall e a riunioni in presenza, a cui hanno partecipato anche il Referente ed i Funzionari dello Staff F@acile CAF in cui, dopo la presentazione generale dell'iniziativa, sono state descritte dettagliatamente le attività ed i seguenti compiti del GAV:

- a) rilevazione delle percezioni del personale attraverso la somministrazione del questionario o, in alternativa, mediante focus group;
- b) intervista al management della Struttura;
- c) raccolta delle informazioni sui processi, risultati, etc. relativi alla Struttura secondo le indicazioni del modello CAF;
- d) analisi ed elaborazione dei risultati delle interviste, dei focus group e dei questionari e delle informazioni di cui sopra;
- e) predisposizione del rapporto di autovalutazione (RAV);

Documenti/Evidenze

[Report webinar presentazione 19/2/2025](#)

[Presentazione del Metodo CAF](#)

[Comunicato stampa A.C. Mantova del 4/3/2025](#)

[Delibera di formale adesione al Metodo CAF del 14/3/2025 e nomina RAV](#)

[Determinazione n. 3 del 17/3/2025 del Direttore \(costituzione del GAV\)](#)

[Report riunioni](#) di RAV, GAV e staff F@cile CAF del 6/5-14/5-19/6-28/7-9/10/2025

STEP 2 - COMUNICARE IL PROGETTO DI AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

Il Programma di Autovalutazione è stato comunicato agli Stakeholder interni ed esterni e più in generale a tutti i Cittadini, con Comunicato stampa dell'Automobile Club Mantova inviato agli organi di informazione in data 4/3/2025 e pubblicato contestualmente nel sito web e nella pagina Facebook dell'Ente.

La comunicazione al Personale in occasione della rilevazione delle percezioni è stata realizzata mediante trasmissione, in data 3/6/2025, di una lettera circolare a firma del Direttore e Referente dell'autovalutazione con cui:

- 1) E' stata illustrata dettagliatamente la finalità dell'iniziativa;
- 2) Sono state fornite le istruzioni per la compilazione del questionario di autovalutazione in forma anonima;
- 3) E' stato fornito il link diretto al questionario on line, al fine di agevolare la compilazione e la raccolta delle informazioni;
- 4) E' stato indicato il termine per la compilazione nel 10/6/2025

Dal 3/6 al 10/6 il Referente ha fornito chiarimenti ai Dipendenti e Collaboratori, mediante colloqui telefonici o in presenza presso la Sede dell'Ente.

Nell'ambito dei processi di comunicazione interna, il GAV si è riunito più volte, al fine di esaminare e concordare modalità operative per lo svolgimento dei vari step della Programma CAF. Inoltre, in data 6/5/2025, 14/5/2025, 19/6/2025, 28/7/2025 e 9/10/2025 il Referente ed il GAV ha effettuato incontri in video conferenza con le Funzionarie dello Staff F@acile CAF di ACI, al fine di monitorare il livello di avanzamento del Programma e ricevere indicazioni, chiarimenti ed informazioni.

Si evidenzia inoltre, che l'adesione di Automobile Club Mantova al metodo CAF è stata oggetto formale informativa al Prefetto di Mantova, con lettera trasmessa dal Direttore dell'Ente in data 23/6/2025.

Sempre in data 23/6/2025, a seguito di precedenti colloqui verbali e telefonici, la Direzione ha inviato agli Stakeholder individuati, la lettera di presentazione del Programma e di invito a partecipare al Focus Group Esterno ed Interno, realizzati in due distinti momenti in data 26/5/2025 presso la Sede dell'Automobile Club Mantova.

A tali iniziative di comunicazione, ha fatto seguito l'intervista al Direttore dell'Ente, a cura dei componenti del GAV, realizzata in data 1/7/2025.

Documenti/Evidenze

[Lettera Circolare](#) del 4/3/2025 con allegata [Presentazione del Metodo CAF](#)
Presentazione dell'adesione al Metodo CAF sul [Sito web istituzionale dell'Ente](#)
[Lettera di presentazione e di somministrazione del Questionario di Autovalutazione](#)
(modalità on line) del 3/6/2025
[Lettera di presentazione e di informativa al Prefetto di Mantova del 23/6/2025](#)
[Lettera di presentazione ed invito ai Focus group interno ed esterno inviata agli Stakeholder il 23/6/2025](#)

STEP 3 - FORMARE UNO O PIU' GRUPPI DI AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

L'Automobile Club Mantova ha costituito un Gruppo di Autovalutazione (GAV), con Determinazione del Direttore n. 3 del 17/3/2025.

Tale provvedimento amministrativo è stato assunto a seguito della nomina del Direttore dell'Ente Dott. Giuseppe Pottocar quale Referente per l'Autovalutazione, con conseguente funzione di coordinamento del GAV.

Il provvedimento di nomina del Referente è stato assunto con Delibera del Presidente del 14/3/2025.

Ai fini della costituzione del GAV, sono state individuate e selezionate risorse che hanno sviluppato competenze e know-how specifici nei diversi ambiti di attività e servizi di competenza dell'Automobile Club Mantova e della propria Società in house SASA Srl e che, pertanto, sono rappresentative della realtà organizzativa di riferimento.

Il GAV comprende alcune risorse in servizio presso l'Automobile Club Mantova ed è composto da n. 3 risorse.

Si riportano di seguito i nominativi e le funzioni/ruoli dei componenti:

1. Sig. Giovanni Madella (Responsabile Servizio Soci ed Ufficio Sportivo A.C. Mantova – Dipendente dell'Ente);
2. Rag. Rosanna Esposito (Responsabile Servizi Amministrativi A.C. Mantova – Dipendente Soc. in house SASA Srl)
3. Dott.ssa Silvia Bellini (Responsabile Delegazione A.C. Mantova Viale Gobio e Responsabile Educazione stradale A.C. Mantova – Dip. Soc. in house SASA Srl)

Il ruolo di Coordinatore del GAV è affidato al Dott. Giuseppe Pottocar, referente dell'autovalutazione.

Nell'ambito della conduzione del processo di autovalutazione, il GAV cura le seguenti attività:

- rilevazione delle percezioni del personale attraverso la somministrazione del questionario o, in alternativa, mediante di focus group;
- intervista al management della Struttura;
- raccolta delle informazioni sui processi, risultati, etc. relativi alla Struttura secondo le
- indicazioni del modello CAF;
- analisi ed elaborazione dei risultati delle interviste, dei focus group e dei questionari e delle informazioni di cui sopra;

- predisposizione del rapporto di autovalutazione (RAV);
- comunicazione/presentazione al personale e agli stakeholder dei risultati in corso d'opera del processo di autovalutazione e del RAV;
- riunione di consenso sul RAV;
- presentazione dei risultati in corso d'opera e di quelli finali del RAV al management, al personale e agli stakeholder esterni.

Documenti/Evidenze

[Determinazione n. 3 del 17/3/2025 del Direttore \(costituzione del GAV\)](#)
[Piano di attuazione del processo di autovalutazione](#) e [Verbale di consenso](#)
[Report riunioni](#) di RAV, GAV e staff F@cile CAF del 6/5-14/5-19/6-28/7-9/10/2025

STEP 4 - ORGANIZZARE LA FORMAZIONE

Descrizione

In seguito alla costituzione del GAV di Automobile Club Mantova, il Direttore e Referente GAV ha avviato la formazione dei membri del gruppo, illustrando finalità, obiettivi e funzionamento del progetto.

Inoltre, ha inviato tramite posta elettronica a tutti i componenti il materiale relativo al progetto e le credenziali per accedere alla piattaforma, rimandando tutti alla consultazione e allo studio della documentazione presente sulla stessa.

L'attività di info-formazione del GAV ha, inoltre, potuto contare sul supporto dello staff F@cile CAF di ACI, nelle persone della Dott.ssa Rieti e Dott.ssa Pennacchio, che in alcune riunioni con il Referente ed il GAV, hanno illustrato il progetto, portando a conoscenza del GAV AC Mantova gli esempi e l'esperienza fatta da altri Automobile Club provinciali sottolineando come il progetto F@cile CAF sia un modello universale, che va poi adattato alle complessità dei singoli enti.

Nelle successive riunioni in videoconferenza vengono chiariti ed approfonditi ulteriori aspetti relativi alla pianificazione e alla fase di avvio del progetto.

Viene, inoltre, sottolineata l'importanza della riuscita del focus group, rinviando alla consultazione del materiale presente in piattaforma relativo alla conduzione dello stesso.

Il Referente GAV, infine, in data 19/09/2025, ha svolto il questionario di autovalutazione per verificare il livello di apprendimento delle conoscenze in merito al progetto.

Documenti/Evidenze

[Report riunioni](#) di RAV, GAV e staff F@cile CAF del 6/5-14/5-19/6-28/7-9/10/2025
[Report Questionario di verifica dell'apprendimento](#).

STEP 5 - CONDURRE L'AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

Nella riunione del 14/5/2025, il GAV prende in considerazione le modalità di conduzione dell'autovalutazione. In particolare, concorda sull'invio del questionario online e viene, inoltre, stabilita la data ultima di restituzione del questionario, il 10/6/2025.

Per poter permettere una compilazione consapevole ed informata, si decide di realizzare una lettera circolare e di dedicare ulteriori specifici momenti di condivisione del Progetto ai vari destinatari, utili a chiarire terminologia, principi, criteri e obiettivi dello stesso.

La comunicazione al Personale in occasione della rilevazione delle percezioni è stata realizzata mediante trasmissione, in data 3/6/2025, di una lettera circolare a firma del Direttore e Referente dell'autovalutazione con cui:

- 1) E' stata illustrata dettagliatamente la finalità dell'iniziativa;
- 2) Sono state fornite le istruzioni per la compilazione del QUESTIONARIO DI AUTOVALUTAZIONE in forma anonima;
- 3) E' stato fornito il link diretto al questionario on line, al fine di agevolare la compilazione e la raccolta delle informazioni;
- 4) E' stato indicato il termine per la compilazione nel 10/6/2025. Dal 3/6 al 10/6 il Referente ha fornito chiarimenti ai Dipendenti e Collaboratori, mediante colloqui telefonici o in presenza presso la Sede dell'Ente.
- 5) In tutte le fasi della illustrazione e somministrazione del questionario, i componenti del GAV hanno collaborato attivamente con il Referente dell'autovalutazione
- 6) Tutto il Personale coinvolto nella somministrazione del questionario (totale n. 24 tra Dipendenti e Collaboratori) ha inviato il questionario stesso utilizzando correttamente il link e le informazioni fornite.

Conclusa la procedura di somministrazione del Questionario di autovalutazione e la relativa rilevazione delle percezioni da parte del personale, il GAV ha predisposto e realizzato un Focus Group Esterno e di un Focus Group interno, entrambi svolti 26/6/2025 in presenza presso la Sede legale dell'Automobile Club Mantova.

I Focus Group sono stati preceduti dall'invio di una informativa trasmessa al Prefetto di Mantova il 23/6/2025 e volta le finalità e gli obiettivi del Metodo CAF.

A) FOCUS GROUP ESTERNO

All' incontro - condotto dal Referente CAF A.C. Mantova – hanno partecipato:

- Dott. Massimo Allegretti: Presidente del Consiglio Comunale (Comune di Mantova)
- Dott. Ruggero Carminati: Ufficiale Medico (Esercito Italiano)
- Cav. Corrado Andreani: Presidente Unione Nazionale Cavalieri d'Italia (UNCI)
- Prof. Fabio Cotifava: Docente universitario ed imprenditore esperto in turismo;
- Dott.ssa Antonia Bersellini Baroni: Giornalista ed esperta in comunicazione;
- Dott.ssa Silvia Bellini: Commissione Prov. di Mantova; esperta in Sicurezza stradale;
- Sig. Fabio Castagna: Imprenditore; esperto in Digital marketing e nuove tecnologie;
- Sig. Luigi Simoneschi: Vice Pres. Associazione sportiva "8Volanti Tazio Nuvolari", Dirigente esperto in automobilismo storico e sportivo.

Si è ritenuto di fondamentale importanza invitare partecipanti non solo autorevoli e prestigiosi, ma altresì in grado di formulare opinioni, percezioni e suggerimenti attinenti a

tutti i valori, gli obiettivi ed i settori di interesse dell'Ente: ruolo pubblico, associazionismo, turismo, sport, qualità dei servizi, cultura e promozione del territorio.

Si premette infine che, pur non avendo formalmente partecipato al focus group in esame, in occasione della presentazione del metodo CAF e di importanti eventi istituzionali organizzati da A.C. Mantova e Museo Tazio Nuvolari, hanno formulato importanti considerazioni sulla percezione offerta in Italia ed all'estero dalla nostra Organizzazione anche le seguenti cariche istituzionali: a) Capo di Gabinetto della Prefettura di Mantova; 2) Assessore al Turismo della Regione Lombardia; 3) Presidente della Provincia di Mantova; 4) Vice Sindaco del Comune di Mantova. Tali considerazioni saranno sinteticamente ricordate a completamento di quanto emerso nel focus group.

Il focus group è stato coordinato e condotto dal Direttore nel rigoroso rispetto delle linee guida previste dal metodo F@cile CAF.

In forma discorsiva e colloquiale sono state poste le domande indicate nella traccia del focus group e raggruppate nei seguenti Criteri:

1. Leadership
2. Strategia e pianificazione
3. Personale
4. Partnership e risorse
5. Processi

Durante l'incontro, durato in totale circa 90 minuti, si è posta particolare attenzione al fatto che fosse garantita a tutti i partecipanti la possibilità di intervenire ed argomentare liberamente ed in modo ampio i temi introdotti con le domande guida. E' stato particolarmente interessante osservare come i partecipanti siano entrati rapidamente in sintonia tra loro, pur provenendo da ambiti professionali e culturali diversi e come tutti abbiano fornito risposte estremamente interessanti e formulate con spirito costruttivo.

La qualità del contributo fornito dai partecipanti ha, pertanto, consentito di gestire l'incontro nei tempi concordati e di giungere in modo agevole ad alcune interessanti proposte e considerazioni, che vengono di seguito riportate sinteticamente.

Punti di forza emersi dalla discussione

1. Automobile Club Mantova è percepita come un punto di riferimento sia per i Cittadini che per le altre Istituzioni pubbliche;
2. La collaborazione con Provincia, Comune e Forze dell'Ordine è abituale, sistematica e naturale ed inoltre A.C. Mantova è inserito in forma permanente nell'Osservatorio provinciale della sicurezza stradale presso la Prefettura di Mantova.
3. La natura di Ente pubblico, ma anche di Club/Associazione non sono percepiti come contraddittori o poco chiari, ma al contrario come necessari per offrire servizi "a 360° ai Cittadini e poterli aiutare sia nelle necessità burocratiche che nei momenti piacevoli legati a sport, cultura e tempo libero".
4. I partecipanti hanno apprezzato e trovato coerente con i risultati concretamente raggiunti negli ultimi anni da A.C. Mantova, l'obiettivo generale comunicato a tutti i livelli dalla Direzione e riassunto nell'espressione: "Fare, fare bene, farlo sapere".

5. I servizi, le attività, gli obiettivi e le iniziative di A.C. Mantova e del Museo Nuvolari sono comunicate in modo chiaro, coerente e regolare, anche grazie all'utilizzo costante dei propri social network (pagine Facebook e Instagram) e siti web www.mantova.aci.it e www.tazionuvolari.it e di supporti digitali (cartoline con Qr-code dinamico, eventi emozionali, video clip ad hoc, ecc.)
6. La comunicazione di A.C. Mantova è fortemente integrata con i portali tematici della Federazione ACI e di altri Enti ed istituzioni partner quali: ACI Storico, ACI Sport, Portale EDUStrada, Rete Museale Regione Lombardia, Portale Comune di Mantova, Fondazione Palazzo Te, Fondazione Banca Agricola Mantovana, Palazzo Ducale di Mantova.
7. Il Personale A.C. Mantova in servizio presso la Sede, le Delegazioni ed il Museo Tazio Nuvolari è percepito come estremamente specializzato, motivato, cortese ed in possesso di elevato senso di appartenenza ad ACI.
8. Presidente, Direttore e Collaboratori appaiono all'esterno come una squadra compatta, che comunica in modo chiaro e coerente anche nelle attività al di fuori dei nostri Uffici (corsi di educazione stradale nelle scuole; eventi legati all'automobilismo storico e sportivo; eventi culturali in onore di Tazio Nuvolari);
9. Gli obiettivi di A.C. Mantova sono chiari: 1) fornire servizi efficienti ai Cittadini ed ai propri Soci nella vita di tutti i giorni e nei viaggi; 2) onorare Tazio Nuvolari, il più grande pilota di tutti i tempi e Presidente A.C. Mantova dal 1946 al 1953; 3) porsi come costante punto di riferimento per promuovere non solo servizi automobilistici, ma più in generale le eccellenze del territorio mantovano (storia, cultura, turismo, sport).
10. Pur svolgendo attività molto diverse tra loro ("Dal bollo auto ad eventi internazionali in Giappone e USA dedicati a Tazio Nuvolari") si comprende facilmente che si tratta sempre di Automobile Club Mantova.
11. Con l'assunzione della gestione diretta del Museo Tazio Nuvolari (dal 2020) e della sua successiva digitalizzazione (dal 2021) ed internazionalizzazione (dal 2022), si è finalmente compreso che la struttura museale – unica al mondo – appartiene ad A.C. Mantova e che è un asset strategico per l'Ente.
12. E' apprezzato il fatto che il Museo Tazio Nuvolari non appaia più come "un Museo tradizionale e statico", ma come un "laboratorio aperto" a tutti, in continua evoluzione e con elevata fruibilità sia per chi visita Mantova, sia per chi si trova in Paesi lontani. E' percepita positivamente anche la circostanza che il Museo Tazio Nuvolari partecipi regolarmente anche ad eventi "on the road" (concorsi di eleganza per auto storiche, automoto raduni, convegni, ecc.)
13. E' apprezzato il fatto che presso il Museo si svolgano continuamente eventi, cerimonie, premiazioni, conferenze stampa, convegni ed attività collaterali. Si percepisce "qualità e quantità" e si è notato l'uso costante e coordinato dei marchi ufficiali (ACI, A.C. Mantova, Museo Nuvolari, ACI Storico, ecc.) che trasmettono unità, autorevolezza e costante informativa a Istituzioni e stakeholder su progetti, iniziative e obiettivi di A.C. Mantova. Si tratta, inoltre, di occasioni utili per raccogliere suggerimenti e proposte di collaborazione.
14. E' stato colto ed apprezzato l'impegno e lo sforzo di integrare cimeli, documenti storici e gesta di Tazio Nuvolari (nato oltre 130 anni fa), con le più moderne tecnologie e progetti

di digital marketing, con l'evidente intento di mantenere vivo il ricordo del più grande pilota di tutti i tempi (ma anche del Nuvolari uomo) anche e soprattutto tra i giovani.

15. Il seguente ultimo punto appare estremamente importante e può essere collocato sia tra i punti di forza che tra i punti di debolezza emersi dalla discussione.

Trattando soprattutto domande e aspetti legati al “Criterio 4” (Partnership e risorse), un partecipante ha evidenziato un grosso limite che penalizza la Città di Mantova e di conseguenza anche Automobile Club Mantova e Museo Nuvolari.

Il partecipante ha posto una domanda chiave, che a suo giudizio è perno fondamentale per Mantova e per qualsiasi Città o Paese che vuole crescere o consolidarsi dal punto di vista economico, culturale e turistico.

Ecco la domanda, posta agli altri partecipanti al focus group: “Quando pensi a Mantova, cosa ti viene in mente?”

L'impossibilità di dare una risposta univoca, da un lato ha evidenziato il punto di debolezza per Mantova ed al contempo ha stimolato un'interessante discussione, da cui è emerso che proprio Tazio Nuvolari, potrebbe essere il “biglietto da visita” per Mantova. Il suo stesso soprannome – “Mantovano volante” – conferma il forte legame con la Città di un uomo ancora oggi conosciuto e amato in tutto il Mondo, per i risultati sportivi conseguiti, ma evidentemente anche per l'impegno e gli sforzi compiuti da Automobile Club Mantova e dal proprio Museo per mantenere vivo il ricordo nel tempo.

Punti di debolezza emersi dalla discussione

1. Il precedente punto ha fatto emergere per Automobile Club Mantova l'opportunità e la necessità di assumere – dal punto di vista politico e strategico – un ruolo ancora più centrale nelle iniziative di promozione del territorio e di valorizzazione del “brand Nuvolari” anche al di fuori dell'ambito riconducibile all'automobilismo storico e sportivo. A tale proposito, sia nel focus group che in precedenti colloqui intercorsi con importanti stakeholder, si è suggerito di spingere con coraggio su iniziative legate a moda, musica, lifestyle e arte oltre che alle tradizionali iniziative nel campo dell'automobilismo storico.
2. Pur apprezzando gli sforzi di valorizzazione del Museo Tazio Nuvolari con la digitalizzazione e le continue iniziative culturali indoor e sportive on the road, l'attuale sede del Museo appare inadeguata per dimensioni, logistica ed accessibilità. L'area museale appare piccola, soprattutto se – oltre a contenere cimeli e trofei – si intende ospitare con regolarità anche esposizioni di autoveicoli storici o allestimenti più imponenti ed elaborati. Il Museo non dispone di parcheggi.
3. E' stato rilevato che Automobile Club Mantova non possiede una Commissione Sicurezza Stradale, ma unicamente una Commissione Sportiva. Appreso dal moderatore che l'Ente, pur non disponendo più di una propria Commissione, è componente di numerose Commissioni ed Osservatori presso altre Organizzazioni, si è comunque suggerita almeno l'istituzione di Gruppi di lavoro – anche temporanei o “a progetto” – con finalità consultive.
4. Nel confermare che Automobile Club Mantova è percepita sia dai Cittadini che dalle altre Istituzioni pubbliche come una presenza forte ed efficiente, si è rilevato che attualmente in alcune aree della Provincia non sono presenti punti di servizio ACI. Il

moderatore ha confermato la veridicità di tale affermazione e ha comunicato che sono in corso specifiche indagini e ricerche di mercato nelle aree di Viadana e Goito, al fine di individuare e formare professionisti in possesso delle competenze e delle abilitazioni professionali necessarie all'esercizio dell'attività di studio di consulenza automobilistica.

5. Si è proposto di coinvolgere maggiormente i giovani, non solo con corsi di educazione stradale e visite al Museo Tazio Nuvolari, ma anche promuovendo specifici concorsi nelle varie forme d'arte (disegno, pittura, fotografia, ecc.)
6. Tra i giovanissimi è maggiormente percepito Automobile Club Mantova (sport, Autoscuole Ready2Go e servizi in viaggio) che Tazio Nuvolari. Pertanto, oltre a quanto indicato nel punto precedente, si suggerisce di continuare ad investire sulla digitalizzazione e su moderne tecnologie.

A conclusione dell'incontro, i partecipanti hanno espresso opinioni molto positive in merito alla scelta dello strumento del focus group e si sono resi disponibili a ripetere in futuro altri incontri analoghi, da affiancare alle abituali occasioni di contatto e comunicazione.

B) FOCUS GROUP INTERNO

Concluso il focus group esterno, è stato avviato un secondo focus group, a cui hanno partecipato i seguenti dipendenti e collaboratori: Giovanni Madella, Silvia Bellini, Rossella Biondi, Fiorenza Mazzoni, Eleonora Betteghella, Antonella Binacchi e Franco Bondioli.

Anche il focus group è stato coordinato e condotto dal Referente CAF nel rispetto delle linee guida previste dal metodo F@cile CAF.

Dopo l'apertura dedicata alla disamina delle evidenze emerse a seguito della somministrazione del Questionario di autovalutazione, in forma discorsiva e colloquiale sono state poste le domande indicate nella traccia del focus group e raggruppate nei seguenti Criteri:

1. Leadership
2. Strategia e pianificazione
3. Personale
4. Partnership e risorse
5. Processi

Durante l'incontro, durato in totale circa 60 minuti, si è posta particolare attenzione al fatto che fosse garantita a tutti i partecipanti la possibilità di intervenire ed argomentare liberamente ed in modo ampio i temi introdotti con le domande guida.

Punti di forza emersi dalla discussione

1. Nel focus group si è palesato e confermato un forte senso di appartenenza ad ACI ed un elevato livello di motivazione da parte di tutti i partecipanti.
2. Automobile Club Mantova e Museo Tazio Nuvolari, pur agendo in regime di forte concorrenza ed in un contesto generale difficile, appaiono anche tra i collaboratori come affidabili, solidi ed autorevoli. La concorrenza è meno temuta che in passato, perché si è percepito il fatto che A.C. Mantova è l'unico fornitore di servizi a 360°, mentre gli operatori concorrenti agiscono in segmenti specifici di mercato, non su tutto il mercato.
3. Quindi, i collaboratori apprezzano il fatto che la trasversalità di A.C. Mantova (Ente pubblico, Club, Museo, Associazione, ecc.) è un vantaggio competitivo e non un limite e hanno ben chiari gli obiettivi, il cui monitoraggio è effettuato con regolarità insieme alla Direzione.
4. I collaboratori, pur avendo ben chiari i vincoli giuridici e i forti limiti di budget, percepiscono il fatto che la Dirigenza continua ad effettuare investimenti, nuovi progetti ed è aperta all'innovazione.
5. Le proposte formulate dai collaboratori, anche se non sempre posso essere accolte o attuate, sono sempre ascoltate ed anzi stimolate.
6. I partecipanti hanno apprezzato e trovato coerente con i risultati concretamente raggiunti negli ultimi anni da A.C. Mantova, l'obiettivo generale comunicato a tutti i livelli dalla Direzione ed affiancato agli specifici di obiettivi di performance: "Fare, fare bene, farlo sapere".
7. I collaboratori sono consapevoli dell'importanza della collaborazione con altre Istituzioni pubbliche e private e collaborano attivamente con la Direzione nella ricerca di partner, sponsor ed in generale di stakeholder coerenti con gli obiettivi dell'Ente

Punti di debolezza emersi dalla discussione

1. Come i partecipanti al focus group esterno, anche i collaboratori considerano inadeguata e limitante l'attuale location del Museo Tazio Nuvolari.
2. Pur apprezzando la costante comunicazione del vertice politico ed amministrativo dell'Ente (comunicati, sessioni formative, ecc.), i partecipanti hanno rilevato che la forte specializzazione di parte del personale (specialmente di operatori addetti al front line) limita la visione complessiva delle strategie dell'Ente); tale aspetto ha trovato in parte conferma del questionario di valutazione.
3. Nel confermare che Automobile Club Mantova è percepita sia dai Cittadini che dalle altre Istituzioni pubbliche come una presenza forte ed efficiente, si è rilevato che attualmente in alcune aree della Provincia non sono presenti punti di servizio ACI. Il moderatore ha confermato la veridicità di tale affermazione e ha comunicato che sono in corso specifiche indagini e ricerche di mercato nelle aree di Viadana e Goito, al fine di individuare e formare professionisti in possesso delle competenze e

delle abilitazioni professionali necessarie all'esercizio dell'attività di studio di consulenza automobilistica.

4. Compatibilmente con i vincoli di budget, i partecipanti ritengo opportuni ulteriori investimenti in tecnologie e nel merchandising diretto in particolare ai Soci ACI ed ai visitatori del Museo Nuvolari.

Anche a conclusione del secondo incontro, i partecipanti hanno espresso opinioni molto positive in merito alla scelta dello strumento del focus group e si sono resi disponibili a ripetere in futuro altri incontri analoghi, da affiancare alle abituali riunioni ed agli strumenti di comunicazione già in uso.

Nella fase immediatamente successiva alla raccolta di evidenze e dati realizzata con la somministrazione del questionario di autovalutazione al personale avvenuta in data 10/6/2025 ed alla realizzazione di un focus group esterno e di un focus group interno, realizzati in data 26/6/2025, il lavoro del GAV è proseguito con la realizzazione della

INTERVISTA AL DIRETTORE dell'Automobile Club Mantova e del Museo Tazio Nuvolari Dott. Giuseppe Pottocar. L'intervista è stata realizzata in presenza presso la Sede dell'Ente in data 1/7/2025 dai Componenti del GAV Giovanni Madella, Silvia Bellini e Rosanna Esposito ed è stata condotta nel rigoroso rispetto delle linee guida previste dal metodo F@cile CAF. In forma discorsiva e colloquiale sono state poste le domande riconducibili ai seguenti Criteri:

1. Leadership
2. Strategia e pianificazione
3. Personale
4. Partnership e risorse
5. Processi

Tematiche affrontate

- Missione e identità
 - Ruolo dell'Ente e del Museo Nuvolari nel territorio e nella rete culturale nazionale.
 - Valori di riferimento (tradizione, memoria, innovazione, servizio alla comunità).
- Leadership e governance
 - Stile di direzione, coinvolgimento dei collaboratori, attenzione alla crescita professionale.
 - Modalità di comunicazione interna ed esterna.
- Gestione delle risorse
 - Risorse umane: punti di forza, aree di miglioramento.
 - Risorse economiche e patrimoniali: criticità e opportunità.
- Processi e servizi
 - Attività ordinarie e straordinarie (gestione del museo, eventi culturali, servizi al pubblico).
 - Innovazione organizzativa e digitale.

- Rapporti con stakeholder e territorio
 - Relazioni con istituzioni, associazioni, scuole, visitatori.
 - Immagine dell'Ente e capacità di attrarre collaborazioni.
- Visione strategica
 - Obiettivi prioritari nei prossimi anni.
 - Sfide e opportunità (es. rafforzamento della rete museale, internazionalizzazione, sostenibilità).

Prime evidenze emerse

Punti di forza riconosciuti: identità storica forte, riconoscibilità del Museo, passione e dedizione del personale. Criticità: limitate risorse economiche e necessità di maggiori spazi per lo sviluppo delle attività culturali e museali.

Opportunità: sviluppo di collaborazioni istituzionali e private, crescita della visibilità del brand Nuvolari a livello internazionale, digitalizzazione dei servizi.

Conclusioni

L'intervista conferma l'impegno della Direzione nel promuovere un modello gestionale orientato a qualità, trasparenza e partecipazione.

I presenti risultati saranno integrati con i contributi dei focus group e dei questionari per definire il Piano di miglioramento organizzativo previsto dal percorso CAF.

Documenti/Evidenze

- 1) [Lettera Automobile Club Mantova, a firma del Referente CAF, del 3/6/2025](#) (modalità compilazione e invio questionario autovalutazione) e [allegata lettera di presentazione di presentazione del questionario](#).
- 2) [Informativa, a firma del Direttore dell'Automobile Club Mantova al Prefetto di Mantova del 23/6/2025](#) (presentazione Metodo CAF)
- 3) [Lettere del Direttore - datate 23/6/2025 - di invito al Focus Group del 26/6/2025](#)
- 4) [Relazione sintetica](#) - firmata dal Referente CAF in data 1/7/2025 - in merito agli esiti dei Focus Group Interno ed Esterno realizzati il 26/6/2025
- 5) [Relazione sintetica](#) - firmata dai componenti del GAV in data 1/7/2025 - in merito agli esiti dell'intervista al Direttore
- 6) [Griglia completa delle risposte fornite dal Direttore alle domande nel corso dell'intervista del 1/7/2025](#)
- 7) [Risultati Questionario di Autovalutazione](#)

STEP 6 - STENDERE UN REPORT DESCRITTIVO DEI RISULTATI DELL'AUTOVALUTAZIONE

Descrizione

CRITERIO 1: LEADERSHIP

La mission e la vision dell'Ente sono chiaramente definite a livello istituzionale e comunicate efficacemente attraverso vari strumenti di comunicazione (Portale della Comunicazione Interna, email, riunioni, ecc.)

Questi elementi fondamentali sono sanciti dallo Statuto, dal Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) e dal bilancio sociale. La Direzione traduce mission e vision in pianificazione strategica e operativa, assegnando obiettivi di performance specifici al Personale. Il raggiungimento di questi obiettivi viene monitorato mediante report periodici, con eventuali correttivi apportati dove necessario.

L'Automobile Club Mantova opera nel territorio di competenza gestendole proprie Delegazioni ed il Museo Tazio Nuvolari, con una vision ben definita e in linea con la mission dell'Ente.

La leadership dell'organizzazione si fonda sui principi e sui valori del settore pubblico, come l'integrità, la protezione dei dati, la trasparenza, l'anticorruzione, la responsabilità sociale e l'inclusione.

L'Ente ha deliberato ed aggiorna costantemente il Piano Triennale della Trasparenza e della Prevenzione della Corruzione (PTTPC) e il Codice di Comportamento.

Inoltre, la Direzione ha aderito all'iniziativa F@cileCAF, utilizzata come modello per il miglioramento continuo della qualità.

Punti di forza

La Direzione è particolarmente attenta all'inclusione e al rispetto delle diversità. Ne sono esempio l'adozione del Piano Triennale della Trasparenza e della Prevenzione della Corruzione e l'adesione Comitato Unico di Garanzia, per assicurare il rispetto dei valori fondamentali di buona amministrazione, trasparenza e pari opportunità.

Mission, vision e valori sono condivisi internamente attraverso il Portale della Comunicazione Interna e con gli stakeholder tramite il sito istituzionale dell'ACI.

L'Ente si è sempre caratterizzato per la sua propensione all'innovazione e alla flessibilità organizzativa, affrontando con successo i cambiamenti imposti dalla trasformazione digitale, in linea con i principi del settore pubblico europeo.

Tale caratteristica è riassunta efficacemente nell'intervista recentemente rilasciata dal Direttore al quotidiano La Voce di Mantova.

Il questionario somministrato al personale ha rivelato una buona comprensione della mission, della vision e dei valori dell'Ente pur con alcune incertezze sulla vision, dovute ai cambiamenti rapidi dell'ambiente esterno.

Punti di debolezza

Nonostante il punteggio relativamente alto ottenuto nel questionario riguardo al coinvolgimento del personale e degli stakeholder nella definizione della mission, della vision e dei valori, non ci sono evidenze concrete su come tale coinvolgimento venga gestito attraverso processi strutturati e responsabilità definite, né su come ne venga valutata l'efficacia.

Durante le discussioni del focus group, si è parlato di comunicazione e condivisione, ma non di un reale coinvolgimento degli stakeholder, sottolineando la necessità per l'Ente di chiarire meglio le proprie competenze.

Inoltre non risultano evidenze di precedenti iniziative volte all'applicazione di modelli di qualità totale, come il modello europeo CAF.

Idee per il miglioramento

Per migliorare la visibilità della nostra Organizzazione sul territorio e potenziare la comunicazione con gli stakeholder riguardo alle competenze specifiche del nostro Ufficio, si potrebbe considerare la pubblicazione periodica di aggiornamenti sul sito web istituzionale e l'implementazione di strumenti per la raccolta di feedback. Questo permetterebbe di coinvolgere maggiormente gli stakeholder nella gestione delle attività.

Inoltre l'Ente dovrebbe adottare in modo sistematico e strutturato iniziative di qualità totale, come il modello europeo CAF, per garantire un miglioramento continuo della qualità.

CRITERIO 2: STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

L'Automobile Club Mantova fornisce un servizio al pubblico regolato da normative che prevedono la collaborazione con vari stakeholder istituzionali. L'analisi dei cambiamenti dell'ambiente esterno e delle riforme del settore pubblico, sia a livello nazionale che europeo, viene effettuata dall'Ente a livello centrale per aggiornare le strategie e migliorarne l'efficacia. Tuttavia, la nostra amministrazione ha una lunga tradizione di ascolto dei bisogni e delle aspettative dei portatori di interesse, in particolare nei settori dell'automobilismo storico e sportivo e della educazione e sicurezza stradale. Anche per quanto concerne la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, l'Ente si è adeguato alle disposizioni del Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD).

Punti di forza

Gli stakeholder sono chiaramente identificati e le loro aspettative sono attentamente considerate, come evidenziato nel questionario. Il focus group ha confermato che negli ultimi anni l'attenzione al cliente esterno è stata alta, portando a significativi miglioramenti nei servizi per l'utenza privata e professionale.

L'ufficio fornisce servizi sia in presenza che on line a vari soggetti della Pubblica Amministrazione, a privati e all'utenza professionale e privata. Il sistema di raccolta di ringraziamenti e reclami è gestito centralmente attraverso il sito web istituzionale. Le performance sono monitorate e gestite sia a livello centrale che locale tramite report periodici e il Sistema di Misurazione e Valutazione della Performance (SMVP), di cui il colloquio individuale con il Direttore è parte integrante.

Punti di debolezza

Nonostante una visione generale dei bisogni e delle aspettative degli stakeholder, manca un'analisi sistematica e una misurazione puntuale del loro livello di soddisfazione. I dati del questionario e del focus group indicano che non esiste un sistema strutturato per monitorare continuamente queste esigenze.

Idee per il miglioramento

Avviare un'indagine conoscitiva approfondita dei bisogni degli stakeholder attraverso sondaggi trasversali per raccogliere informazioni dettagliate e aggiornate.

CRITERIO 3: PERSONALE

L'Automobile Club Mantova, in linea con le strategie della Federazione ACI, è orientato all'analisi dei bisogni presenti e futuri del personale, e si mostra attenta allo sviluppo delle competenze dei dipendenti per raggiungere i traguardi fissati dalla mission e dalla vision aziendali. La politica di gestione del personale è chiara, trasparente e coerente, garantendo imparzialità e rispetto delle pari opportunità, il che facilita il raggiungimento degli obiettivi stabiliti a livello centrale e dal Comitato Unico di Garanzia (CUG).

Punti di forza

La crescita professionale e motivazionale del personale è supportata attraverso formazione continua e aggiornamento continuo, che migliorano il benessere e le prestazioni dei dipendenti. La Direzione si dimostra disponibile e sensibile alle esigenze del personale nell'applicare, compatibilmente con le esigenze di servizio, gli istituti contrattuali previsti (orario flessibile, congedi parentali, part-time e permessi), così come

confermato dal focus group. Il personale dimostra una buona motivazione, responsabilità, flessibilità e capacità di adattamento nei confronti dei cambiamenti e dei processi fortemente digitalizzati.

Punti di debolezza

Si evidenzia una conoscenza non complessiva dei servizi e delle strategie dell'Ente, quanto una elevata motivazione, competenza e conoscenza specialistica del settore di competenza di ciascun collaboratore. I dipendenti apprezzano la puntualità e completezza delle istruzioni ed informazioni ricevute per il proprio settore quotidiano di competenza e, per il resto, possiedono una conoscenza sommaria e manifestano sostanziale fiducia nelle scelte strategiche e decisioni assunte dall'Organo di indirizzo politico e amministrativo e dalla Direzione.

Idee per il miglioramento

Avviare un sistema strutturato per rilevare e analizzare i bisogni e le aspettative del personale, utilizzando sondaggi e altri strumenti conoscitivi. Questo permetterà all'organizzazione di allineare meglio i propri obiettivi alle esigenze delle risorse umane.

CRITERIO 4: PARTNERSHIP E RISORSE

L'Automobile Club Mantova collabora abitualmente con soggetti pubblici e privati per garantire il raggiungimento degli obiettivi dell'Ente. I partner istituzionali sono definiti secondo normative specifiche, come il Regolamento d'uso dei Marchi dell'Automobile Club Mantova. I partner non istituzionali sono scelti in base alle necessità operative dell'ufficio.

Punti di forza

L'amministrazione gestisce efficacemente i rapporti con fornitori che offrono servizi essenziali.

Le collaborazioni con questi enti apportano benefici tangibili a tutte le parti coinvolte.

L'Ente seleziona fornitori socialmente responsabili, in conformità con le normative sugli appalti pubblici, assicurando che i principi e i valori dell'organizzazione siano rispettati.

I dipendenti dimostrano una buona comprensione dei partner istituzionali e dei benefici reciproci derivanti dalle collaborazioni.

Punti di debolezza

Attualmente, non esiste un metodo formale per il monitoraggio sistematico dei risultati e degli impatti delle partnership sull'attività dell'Ente. Vi è una carenza di evidenze riguardo alla capacità dell'organizzazione di identificare ulteriori partner chiave, sia nel settore pubblico e privato che nella società civile.

Idee per il miglioramento

Avviare un sistema formale di monitoraggio per valutare sistematicamente i risultati e gli impatti delle partnership sulle attività dell'amministrazione.

Espandere e diversificare le partnership per costruire relazioni sostenibili basate su fiducia, dialogo e apertura, contribuendo così alla creazione di valore pubblico per il territorio.

CRITERIO 5: PROCESSI

L'organizzazione segue processi lavorativi definiti a livello centrale, allineati con gli obiettivi strategici e successivamente misurati. A livello locale, tali processi vengono implementati per la gestione concreta delle attività, e sono sottoposti a continui miglioramenti per semplificare e rendere più efficienti le procedure di lavoro, consentendo il raggiungimento dei risultati attesi.

Punti di forza

L'Automobile Club Mantova traduce gli obiettivi strategici centrali in processi operativi, considerando i rischi e i cambiamenti del contesto. L'amministrazione valuta e assegna le risorse necessarie, definisce le responsabilità e stabilisce le modalità di attuazione, come testimoniato dalle risposte al questionario e dal feedback del focus group.

I processi interni sono suddivisi in:

- Processo Direzione, Amministrazione, Segreteria
- Processo Soci, Sport, Assistenza Automobilistica
- Processo Museo Tazio Nuvolari e Delegazioni

I titolari dei processi sono identificati e le attività sono organizzate tramite turnazioni di lavoro.

L'adeguamento dei processi ai cambiamenti esterni è gestito a livello centrale e locale. La normativa viene aggiornata sistematicamente dalla Direzione tramite pubblicazioni di manuali, regolamenti, circolari e avvertenze.

A livello locale queste disposizioni sono tradotte operativamente in documenti di sintesi e incontri di confronto con il personale.

La gestione dei processi sfrutta le opportunità offerte dalla digitalizzazione e dalla tecnologia, e ciò è testimoniato dall'uso quotidiano delle applicazioni Google Suite e di software specialistici. Inoltre i processi garantiscono la protezione dei dati personali, conformemente al [Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati \(GDPR\)](#) e alle linee guida della Direzione Trasparenza e Anticorruzione.

Punti di debolezza

Il personale e gli stakeholder esterni non sono coinvolti nella progettazione dei processi, poiché i servizi sono definiti a livello centrale per rispondere a criteri di uniformità.

Esistono poche evidenze riguardo la capacità dell'organizzazione di allineare i processi alle esigenze e alle aspettative del personale e degli stakeholder.

Idee per il miglioramento

Avviare un'analisi sistematica dei bisogni dei clienti e dei cittadini utilizzando approcci come la Lean methodology (produzione snella) per ottimizzare le risorse e migliorare l'efficienza dei processi.

CRITERIO 6: RISULTATI ORIENTATI AL CITTADINO/CLIENTE

L'Automobile Club Mantova non dispone di dati strutturati che rispondano agli esempi indicati nel criterio in esame.

Non esistono attività strutturate di Customer Satisfaction ma unicamente percezioni raccolte quotidianamente "sul campo" (articoli di giornali, menzioni, ecc.)

L'Ente monitora attentamente suggerimenti e reclami e fornisce risposte in tempo reale, ma non in forma strutturata.

Punti di forza

Non è possibile identificare punti di forza, poiché non esistono recenti misurazioni della percezione.

Punti di debolezza

Non ci sono misure per la rilevazione della percezione. Non esistono confronti con altre organizzazioni interne.

Idee per il miglioramento

Introdurre il sistema di indagini di Customer Satisfaction utilizzando le più recenti tecnologie digitali, al fine di monitorare regolarmente la percezione dei servizi erogati e adattare l'offerta alle esigenze degli utenti.

CRITERIO 7: RISULTATI RELATIVI AL PERSONALE

L'Automobile Club Mantova copre parzialmente gli esempi indicati dal modello per quanto riguarda le misurazioni della percezione.

Punti di forza

Lo strumento di rilevazione è il questionario di valutazione CAF. L'obiettivo è quello di coinvolgere il personale nel progetto CAF al fine di migliorare il servizio reso all'utenza.

Punti di debolezza

Non esistono confronti con altre esperienze interne. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al sottocriterio in esame.

Idee per il miglioramento

Introdurre un metodo strutturato per la raccolta di idee, suggerimenti o feedback da parte del personale.

CRITERIO 8: RISULTATI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Con riferimento ai risultati richiesti dal Criterio 8, non è stata condotta un'attività di misurazione della percezione.

Punti di forza

Non è stato possibile individuare punti di forza data l'assenza di misurazioni della percezione.

Punti di debolezza

Non ci sono misure specifiche per la rilevazione della percezione. Non esistono confronti con altre esperienze precedenti interne.

Idee per il miglioramento

Ripristinare e potenziare lo strumento dell'indagine di customer satisfaction, con un'attenzione particolare agli esempi proposti dal modello.

CRITERIO 9: RISULTATI RELATIVI ALLE PERFORMANCE CHIAVE

Con riferimento ai risultati richiesti dal Criterio 9, non è stato possibile condurre rilevazioni complete e strutturate.

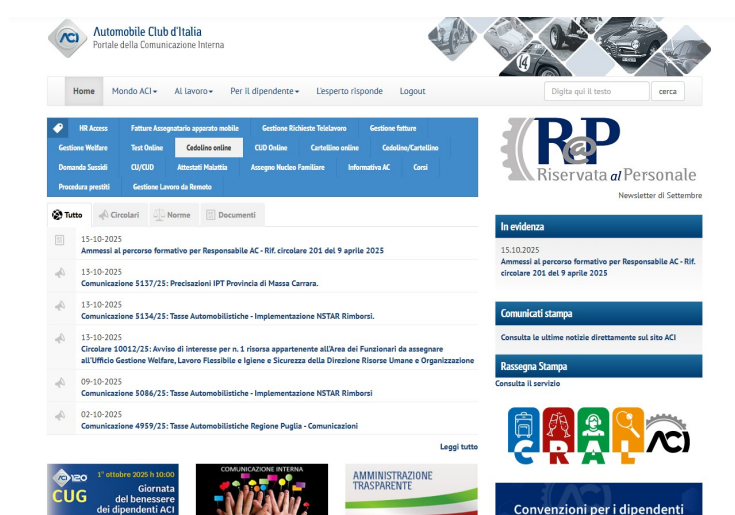
Non ci sono evidenze relative a confronti con altre esperienze o organizzazioni. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al criterio in esame.

Idee per il miglioramento

Avviare attività di benchmarking con altre pubbliche amministrazioni per confrontare e migliorare i servizi in termini di output e outcome.

Documenti/Evidenze

- 1) [Statuto e Regolamenti](#), pubblicati integralmente nella Sito web istituzionale;
- 2) Portale Comunicazione Interna;



- 3) [Piano Integrato di Attività e Organizzazione \(PIAO\)](#)
- 4) [Bilancio Sociale](#)
- 5) [Adesione al Sistema di performance organizzativa](#) della Federazione ACI
- 6) [Esempio Monitoraggio obiettivi di performance organizzativa ed individuale](#)

- 7) [Relazioni periodiche del Direttore](#)
- 8) [Bilanci dell'Ente e Contratti Collettivi Integrativi dell'Ente](#)
- 9) [Rete Punti di Servizio e Delegazioni Automobile Club Mantova](#)
- 10) [Museo Tazio Nuvolari](#)
- 11) [Intervista al Direttore di A.C. Mantova al quotidiano "La Voce di Mantova"](#)

10 | la Voce di Mantova

MANTOVA

MARTEDÌ 4 GIUGNO 2024

INTERVISTA
SU 4 RUOTE

di Antonia Bersellini Baroni

L'Acì del direttore Pottocar: continuiamo ad onorare Nuvolari in chiave moderna

"Durante il lockdown abbiamo digitalizzato il museo e ora lo esportiamo in tutto il mondo senza muovere un cimelio"



TRA PASSATO E PRESENTE

MANTOVA Intervista a Giuseppe Pottocar, direttore di A.C. Mantova, ad una settimana dal lancio della nuova linea di abbigliamento Nuvolari. Il Museo Tazio Nuvolari è custodito e promosso da A.C. Mantova.

Dal 1 novembre 2017 ricopre la carica di direttore di A.C. Mantova. Com'è cambiata la realtà Aci da allora?

«Devo dire che per me è stato, ed è tuttora, un onore dirigere l'Aci Mantova perché non è un Automotiv club qualunque: è un Automotiv club storico che avuto l'onore e anche l'onore di avere come presidente Tazio Nuvolari dal 1946 al 1953. Attraverso il museo e attraverso l'attività sportiva di Aci, abbiamo l'opportunità di fare qualcosa di speciale, di continuare ad onorare Nuvolari in chiave moderna. Mantova permette di abbracciare tutti i settori di interesse della federazione Aci: lo sport, il turismo, le campagne di solidarietà e di comunicazione sociale. Esiste l'Aci che conosciamo tutti, delle pratiche automobilistiche, delle "scartoffie", ma anche la realtà che ci fa capire che le quattro ruote non sono solo un problema, non sono solo burocrazia, ma il piacere proprio di salire su un'automobile storica o di rivivere le gesta di questo grande campione. A Mantova dal 2017 c'è stato un cambiamento, che è nato anche da un problema: durante il lockdown siamo stati chiusi. All'inizio non era possibile utilizzare nemmeno i depliant: tra le varie limitazioni della pandemia c'era anche proprio il divieto di documentazione cartacea. Invece di lamentarci, abbiamo pensato di digitalizzare il museo, una mossa che ci ha portato in tutto il mondo. L'estate scorsa è stato effettuato un evento dedicato a Nuvolari a Manhattan, a New York, senza che nessun cimelio originale (che sono unici al mondo) uscisse da Mantova. La digitalizzazione ha contribuito a creare un collegamento con il museo: i contenuti extra, video emozionali e la riproduzione olografica di Nuvolari, di tutte le sue gesta. In Giappone è stata fondata la scuola "Tazio Nuvolari Italia".

ad Hakkaio. Quindi due cose sono cambiate: l'internazionalizzazione, nel senso che Aci Mantova comunque burocraticamente ha una competenza provinciale, ma grazie al museo siamo finiti a Rapallo, al circuito del Tigullio, nel Lazio, agevolati dal fatto che Nuvolari ha vinto di tutto, e vinto ovunque. Dalla Germania, non parliamo della Mitteleuropa, dove Nuvolari è "The Teacher", il Maestro... abbiamo valorizzato questo aspetto, avendo ovviamente cura anche dei turisti, e dei mantovani, che vengano da noi e che hanno la possibilità proprio attraverso gli smartphone di vivere un'esperienza. Più che una sequenza di cimeli, adesso, da una coppa, da un indumento, si punta lo smartphone, e si risale al suono del motore dell'auto con cui Nuvolari ha vinto, alle caratteristiche del circuito, alle musiche: un momento fortemente esperienziale. Secondariamente, passando al presente, Aci lavora in prima linea sull'educazione e la sicurezza stradale, insieme alle forze dell'ordine, e abbiamo visto che tra declinare il codice della strada, e far salire un ragazzo su un simulatore di guida, prevale l'esperienza. Quindi noi cerchiamo di proporre gli autotradimenti, che non sono gare agonistiche, quindi pericolose, ma un giro in luoghi meravigliosi della provincia, nei borghi più belli. Aci vuol dire anche promozione del territorio».

Quasi 100 anni di Aci: Quali sono i valori di Aci?

«Da un lato sono cambiati, dall'altro è un ritorno alle origini: la denominazione iniziale era Reale Automobile Club. Ora sfruttiamo la tecnologia, e siamo anche ritornati al concetto di club, che è qualcosa di diverso dalla istituzione burocratica. A Mantova abbiamo circa 9.000 soci (in Italia circa un milione).

Museo Nuvolari è un brand mondiale: una realtà da incassare. Il futuro?

«È un laboratorio aperto. Siamo visibili, siamo digitali, e stiamo attirando collaborazioni. Abbiamo alcuni progetti interessanti, di ampliamento del museo, siamo riusciti, attraverso la digitalizzazione di ampliare gli spazi, ma essendoci molti cimeli che non possiamo esporre per motivi di spazio, saremmo ben lieti di valutare altre possibilità. Ad oggi vogliamo ricreare ambienti 3D ulteriori, dove una persona sale sull'auto di Nuvolari e la guida, o sulla sua moto. Nuvolari non smette di stupire, di raccontare, anche come uomo».

Lei è attivissimo: come si coniugano gli hobby alla sua vita professionale?

«La musica è la colonna sonora della mia vita, per me è un carburante. Dopo che ho scoperto i benefici della musica sull'organismo (io nasco come batterista) e ho scoperto le discipline olistiche, in particolare le campane tibetane, mi si è aperto un mondo: sono una fonte rigenerativa favolosa che mi permette di affrontare al massimo le sfide personali e lavorative».

- 12) [Premio Unione Nazionale Cavalieri d'Italia 2024 al Museo Tazio Nuvolari](#)
- 13) [Premio "Best in class" 2024 Di Ruoteclassiche al Museo Tazio Nuvolari](#)
- 14) [Adesione di A.C. Mantova al CUG – Comitato Unico di Garanzia ACI](#)
- 15) [Risultati questionario autovalutazione CAF](#)
- 16) [Rapporti con gli Stakeholder – 58° Giornata dell'Automobilista](#)
- 17) [Piano Triennale di Trasparenza e Prevenzione della Corruzione \(PTTPC\)](#)
- 18) [Codice di comportamento dell'Automobile Club Mantova](#)
- 19) [Adesione al Codice Amministrazione Digitale \(CAD\)](#)
- 20) [Regolamento d'uso dei Marchi dell'Automobile Club Mantova](#)
- 21) [Processi, standard di Qualità e Carta dei Servizi](#)
- 22) [Accesso civico e modalità di comunicazione con i Cittadini](#)

CAPITOLO 3: IL RAPPORTO DI AUTOVALUTAZIONE CAF

FATTORI ABILITANTI

Tabella per l'attribuzione dei punteggi utilizzata per i sottocriteri 1-5:

	ATTRIBUTI	0 - 10	11 - 30	31 - 50	51 - 70	71 - 90	91 - 100
PLAN	La pianificazione è basata sui bisogni e sulle aspettative dei portatori di interesse. La pianificazione è diffusa regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio PLAN	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
DO	L'esecuzione è gestita attraverso processi e responsabilità definite e diffusa regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio DO	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
CHECK	I processi sono monitorati con indicatori significativi e rivisti regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio CHECK	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
ACT	Azioni correttive e di miglioramento sono assunte a seguito del controllo dei risultati e diffusi regolarmente nelle parti significative dell'organizzazione	Nessuna evidenza, o solo qualche idea	Alcune deboli evidenze relative a poche aree	Alcune buone evidenze relative ad aree significative	Forti evidenze relative alle maggior parte delle aree	Evidenze molto forti relative a tutte le aree	Evidenze eccellenti confrontate con altre organizzazioni, relative a tutte le aree
	Punteggio ACT	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100

CRITERIO 1: LEADERSHIP

1.1 Orientare l'organizzazione, attraverso lo sviluppo della mission, della vision e dei valori

Sintesi

Dall'analisi dei risultati del questionario si rileva la bassa incidenza di "ND" e una media di valutazione medio-alta, dalla quale si desume che la leadership dell'Ente fornisce all'organizzazione un indirizzo chiaro, sviluppando mission e vision in linea con la strategia della Federazione ACI e tenendo conto dei principi del valore pubblico europeo. Anche dal focus group con gli stakeholder si evince una notevole capacità dell'Ente di definire e trasmettere la propria mission e i valori dell'organizzazione, grazie anche alla sinergia con la Federazione ACI e alle attività nazionali ed internazionali del proprio Museo Tazio Nuvolari.

L'intervista alla Dirigenza conferma la visione chiara di mission e vision dell'Ente, nonché la capacità di comunicare valori e obiettivi in maniera efficace, in coerenza con quanto espresso dagli stakeholder.

Punti di forza

La leadership dell'Ente fornisce all'organizzazione un indirizzo chiaro, sviluppando mission e vision in linea con la strategia della Federazione ACI e tenendo conto dei principi del valore pubblico europeo. Valori e obiettivi vengono comunicati in maniera efficace e recepiti correttamente da personale e stakeholder

Punti di debolezza

A causa dei numerosi vincoli giuridici e federativi connaturati all'Ente, non sempre è possibile coinvolgere in modo ancora più costante e strutturato gli Stakeholder interni ed esterni nei processi di pianificazione delle attività dell'A.C. sul territorio.

Idee per il miglioramento

Nel rispetto dei vincoli giuridici e federativi, coinvolgere in modo ancora più costante e strutturato gli Stakeholder interni ed esterni nei processi di pianificazione delle attività dell'Ente sul territorio.

Punteggi

Plan: 55 Do: 50 Check: 45 Act: 50 Media: 50

1.2 Gestire l'organizzazione, le sue performance e il miglioramento continuo

Sintesi

Dall'analisi dei risultati del questionario si rileva che, secondo il personale intervistato, l'Ente definisca strutture gestionali agili, che fissi obiettivi di performance orientati al cliente/cittadino e soprattutto assicuri una buona comunicazione interna ed esterna, anche con l'utilizzo di nuovi strumenti di comunicazione.

L'intervista al Direttore conferma la definizione attenta di obiettivi misurabili ed orientati al cliente/cittadino, comunicati non solo attraverso canali formali quali possono essere circolari ed ordini di servizio, ma anche e soprattutto attraverso il dialogo informale costante

Punti di forza

- L'Ente definisce strutture gestionali appropriate
- Guida il miglioramento costante della struttura attraverso l'assegnazione di obiettivi di performance orientati al cliente/cittadino
- Assegna obiettivi di performance orientati al cittadino / cliente
- Favorisce la comunicazione interna formale ed il dialogo informale continuo

Punti di debolezza

Dall'analisi delle evidenze si evince che l'Ente potrebbe comunicare in maniera più strutturata a stakeholder interni e cittadini obiettivi sono stati assegnati e raggiunti

Idee per il miglioramento

Impostare azioni di comunicazione verso stakeholder e cittadini che mettano in evidenza quali siano le strutture interne e gli obiettivi raggiunti dall'Ente

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

1.3 Ispirare, motivare e supportare il personale dell'organizzazione e agire come modello di ruolo

Sintesi

Dall'analisi del questionario risulta evidente come l'Ente ed il Museo Tazio Nuvolari si impegnino nel favorire un clima di rispetto, fiducia, collaborazione tra il personale e tra la dirigenza e il personale e per sostenere

le pari opportunità ed il contrasto di ogni forma di discriminazione. Nel complesso, il personale valuta coerente il comportamento della Dirigenza dell'Ente e ritiene che quest'ultima supporti e responsabilizzi il personale nella realizzazione dei compiti.

L'intervista alla Dirigenza conferma la volontà di favorire e rafforzare un clima di rispetto e fiducia attraverso l'interazione diretta, la condivisione della pratica lavorativa quotidiana e degli obiettivi di settore generali.

Le pari opportunità sono, inoltre, garantite dalla presenza di figure di vertice e di posizioni apicali femminili.

Punti di forza

L'Ente favorisce e rafforza un clima di rispetto e fiducia reciproci, sostiene le pari opportunità e responsabilizza e supporta il personale

Punti di debolezza

Il processo di valorizzazione del rapporto di fiducia e di responsabilizzazione del personale ha subito un notevole impulso con l'attuale Direzione, ma necessita di tempo per poter essere consolidato in pieno.

Idee per il miglioramento

Consolidare il processo di valorizzazione del rapporto di fiducia e di responsabilizzazione del personale

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 45 **Check:** 50 **Act:** 50 **Media:** 47,5

1.4 Gestire relazioni efficaci con le autorità politiche e gli altri stakeholder

Sintesi

Dalla lettura del questionario si desume che l'Ente si adoperi costantemente per mantenere una buona reputazione ed un'immagine positiva all'esterno, ma che non sia sempre chiaro al personale in quale modo la dirigenza mantenga relazioni proattive con le autorità pubbliche nelle singole e specifiche attività (educazione stradale, Museo Nuvolari, sport automobilistico, ecc.)

Il focus group con gli stakeholder rileva come AC Mantova riesca a gestire relazioni sistematiche con gli stakeholder in maniera efficace, adoperandosi in maniera proattiva per il raggiungimento degli obiettivi comuni e mantenendo una buona reputazione ed una immagine positiva all'esterno. Ne sono prova i premi e riconoscimenti nazionali ed internazionali conseguiti recentemente dal Museo Tazio Nuvolari.

Dall'intervista alla Direzione si evince che la stessa mantiene rapporti sistematici con le autorità politiche ed i portatori di interesse esterni attraverso una costante comunicazione orale e diretta, attraverso lo scambio di e-mail, con eventi e riunioni organizzative ed infine attraverso la partecipazione a momenti istituzionali e la condivisione delle occasioni istituzionali dell'Ente. Tutte le iniziative dell'Ente sono volte a fornire un'immagine positiva

dello stesso, dalle riunioni con i vari partner, all'organizzazione di eventi comuni o di eventi a richiamo cittadino e territori

Punti di forza

AC Mantova mantiene rapporti sistematici con le autorità politiche ed i portatori di interesse esterni attraverso una costante comunicazione orale e diretta, attraverso lo scambio di e-mail, con incontri e riunioni organizzative ed infine attraverso la partecipazione a momenti istituzionali e la condivisione delle occasioni istituzionali dell'Ente. Tutte le iniziative dell'Ente sono volte a fornire un'immagine positiva dello stesso, dalle riunioni con i vari partner, all'organizzazione di eventi comuni o di eventi culturali, sportivi o istituzionali a richiamo cittadino e territoriale.

Punti di debolezza

Mancano una pianificazione e una programmazione sistematiche e partecipative della gestione del rapporto con le autorità pubbliche, che viene seguito di volta in volta, sulla base di iniziative ed obiettivi comuni.

Idee per il miglioramento

Impostare una pianificazione sistematica e partecipativa della gestione del rapporto con le autorità pubbliche.

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 50 **Check:** 50 **Act:** 50 **Media:** 48,75

CRITERIO 2: STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

2.1 Identificare i bisogni e le aspettative degli stakeholder, unitamente alle informazioni sull'ambiente esterno e a quelle rilevanti sulla gestione

Sintesi

L'AC Mantova, in quanto Ente facente parte della Federazione ACI, aderisce agli obiettivi strategici delineati dalla Federazione, calandoli nella propria realtà territoriale. Dall'analisi del questionario, tuttavia, si rileva come le strategie di pianificazione dell'Ente non siano sempre chiare al personale.

Al contrario, il focus group con i principali stakeholder evidenzia come AC Mantova operi avendo secondo strategie pianificate sulla base di un quadro ben definito della realtà circostante e dei suoi principali stakeholder.

L'intervista alla Direzione evidenzia come l'AC sia a conoscenza delle capacità interne, dei punti di forza e di debolezza, sulla base dei quali pianifica le sue attività, ma, essendo una piccola struttura, non abbia impostate azioni sistematiche di analisi e/o valutazione.

Punti di forza

Si può affermare che l'AC Mantova, in quanto Ente facente parte della Federazione ACI, aderisce agli obiettivi strategici delineati dalla Federazione, calandoli nella propria realtà territoriale. A tal fine l'Ente monitora e analizza i feedback ricevuti dall'ambiente e dai principali stakeholder, ma non in maniera sistematica e strutturata, bensì tramite una consolidata prassi di dialogo informale.

È, inoltre, consolidata una prassi di dialogo informale attraverso la quale recepire i feedback per la definizione delle linee strategiche.

Punti di debolezza

Assenza di un'attività strutturata e sistematica di rilevazione e valutazione del feedback.

Idee per il miglioramento

Impostare attività di customer satisfaction, rilevazioni e valutazioni dei feedback in maniera strutturata.

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 50 **Check:** 50 **Act:** 40 **Media:** 46,25

2.2 Sviluppare strategie e piani basati sulle informazioni raccolte

Sintesi

Dall'analisi delle risposte al questionario e al focus group si desume che AC Mantova sviluppi piani d'azione definendo priorità e obiettivi in linea con la mission e le riforma del settore pubblico e che assicuri la disponibilità di risorse necessarie per un'efficace attuazione della pianificazione. Dal focus group viene, però, evidenziato una non sempre efficace comunicazione di tale pianificazione: ogni portatore di interesse ha ben chiaro ciò che l'Ente pianifica e attua nel suo settore, ma non nel complesso delle attività dell'AC. Secondo la Direzione, le strategie e i piani sono correlati e congrui rispetto a missione e vision dell'Ente e l'organizzazione pianifica e mette a disposizione le risorse, umane ed economiche, per l'attuazione di tali piani.

AC Mantova sviluppa, quindi, piani d'azione definendo priorità e obiettivi in linea con la mission e le riforma del settore pubblico e assicura la disponibilità di risorse necessarie per un'efficace attuazione della pianificazione. Si rileva, però, una non sempre efficace comunicazione di tale pianificazione: ogni portatore di interesse ha ben chiaro ciò che l'Ente pianifica e attua nel suo settore, ma non nel complesso delle attività dell'AC.

Punti di forza

Strategie e piani sviluppati dall'Ente sono correlati ai bisogni eterogenei degli stakeholder e sono in linea con la mission dell'Ente

Punti di debolezza

Gli stakeholder interni ed esterni tendono ad avere una visione molto positiva ma parziale e settoriale della strategia dell'Ente, che quindi forse potrebbe comunicarla in maniera più completa ed efficace.

Idee per il miglioramento

Impostare azioni strutturali di comunicazione esterna ed interna relativa a piani e strategie dell'Ente, attivando canali di ricezione di eventuali feedback.

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 45 **Check:** 40 **Act:** 40 **Media:** 42,5

2.3 Comunicare, attuare e riesaminare le strategie e i piani

Sintesi

In base alle informazioni ricavate dal questionario e dal focus group, possiamo affermare che l'Ente monitora sistematicamente il raggiungimento dei risultati e valuta le performance e che personale e stakeholder vengano costantemente informati su strategie, obiettivi e piani, prestazioni attese e risultati ottenuti.

La Dirigenza concorda con quanto si evince da questionario e focus group, ma evidenzia come cittadini vengano informati con meno sistematicità rispetto a personale e stakeholder, prevalentemente attraverso la social network, il sito di AC Mantova e del Museo Nuvolari e i frequenti eventi pubblici.

In conclusione, l'Ente monitora sistematicamente il raggiungimento dei risultati e valuta le performance, personale e stakeholder vengono costantemente informati su strategie, obiettivi e piani, prestazioni attese e risultati ottenuti, mentre i cittadini vengono informati in maniera non sistematica.

Punti di forza

Monitoraggio interno sistematico del raggiungimento di obiettivi e dei risultati ottenuti

Punti di debolezza

Comunicazione nel complesso efficace ma non pianificata e strutturata ai cittadini dei risultati raggiunti

Idee per il miglioramento

Impostare azioni più strutturate ed integrate di comunicazione pubblica dei risultati raggiunti

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 45 **Check:** 40 **Act:** 40 **Media:** 42,5

2.4 Gestire il cambiamento e l'innovazione per assicurare agilità e resilienza dell'organizzazione

Sintesi

Dalla lettura delle risposte al questionario risulta evidente come l'Ente identifichi e valorizzi le necessità di cambiamento e di innovazione, favorendo ed incoraggiando idee creative e proposte innovative da parte del personale e dei portatori di interesse. Il focus group concorda con tali conclusioni, evidenziando, però, come non sempre l'Ente riesca a comunicare in maniera efficace la spinta all'innovazione.

Secondo la Dirigenza, l'Ente pone molta attenzione non solo alla formazione del personale, ma anche alla condivisione costante di obiettivi e risultati ottenuti e alla responsabilizzazione di tutte le persone coinvolte nei vari processi. L'AC Mantova favorisce, inoltre, l'interscambio di idee e di proposte con il personale e i portatori di interesse.

Punti di forza

- L'Ente identifica correttamente e valorizza le necessità di cambiamento e di innovazione
- Favorisce ed incoraggia idee creative e proposte innovative da parte del personale e dei portatori di interesse

Punti di debolezza

Non sempre riesce a comunicare in maniera efficace tale spinta all'innovazione

Idee per il miglioramento

Rafforzare piani di comunicazione interna ed esterna che valorizzino la spinta all'innovazione e al cambiamento dell'Ente

Punteggi

Plan: 50 **Do:** 45 **Check:** 45 **Act:** 45 **Media:** 46,25

CRITERIO 3: PERSONALE

3.1 Gestire e migliorare le risorse umane per supportare la strategia dell'organizzazione

Sintesi

Dall'intervista al Direttore risulta evidente l'attenzione al personale come risorsa centrale per l'organizzazione. A partire dal 2018 si è iniziata un'attività, per ora non sistematica, di formazione, analisi della motivazione, del coinvolgimento e delle modalità di miglioramento della performance.

Centrali risultano essere l'assegnazione di obiettivi di performance individuali ed il piano della formazione, oltre alla garanzia di imparzialità, pari opportunità e, in generale, rispetto delle previsioni normative di settore in materia di selezione, gestione e sviluppo professionale del personale.

In conclusione, l'Ente analizza le esigenze attuali e future di risorse umane, verificando che siano in linea con la strategia dell'organizzazione (Piano dei Fabbisogni, Organigramma).

Le risorse umane vengono gestite in maniera trasparente, seguendo criteri oggettivi (dal reclutamento alla promozione, all'assegnazione di compiti e responsabilità) in accordo con i principi di gestione dall'organizzazione. Vengono applicati criteri equità, meritocrazia, pari opportunità, rispetto delle diversità, equilibrio tra lavoro e vita privata (Contrattazione, Part time, ecc).

La Dirigenza si attiva per garantire che siano presenti le competenze e le capacità necessarie per raggiungere la mission, la vision e realizzare i valori dell'organizzazione (Piano di formazione).

La cultura del risultato permea l'organizzazione. Gli obiettivi di performance sono condivisi con il personale, formano oggetto di monitoraggio continuo e di confronto con i singoli dipendenti

(Contratto Integrativo, Piano della Performance)

Punti di forza

AC Mantova, ente pubblico non economico base associativa, segue ed applica le normative di settore in materia di gestione del personale.

È impegnato nell'ottimizzazione del rapporto con lo stesso, al fine di potenziare le capacità individuali e garantire il pieno contributo di ogni dipendente al raggiungimento degli obiettivi generali

Con il Piano di formazione 2025, ad esempio, si è puntato a migliorare le competenze digitali del personale, avvalendosi a tale scopo di strumenti moderni e flessibili come la piattaforma Syllabus (strumentazione multimediale, e-learning).

Cultura del risultato, attenzione alla performance, trasparenza, dialogo continuo e ricerca della collaborazione con il personale sono fattori costanti.

Punti di debolezza

Occorre sistematizzare e formalizzare alcuni aspetti, soprattutto per quanto riguarda le attività di monitoraggio e l'interazione del personale con i vari livelli dell'organizzazione

Idee per il miglioramento

Implementare il percorso di gestione del personale avviato nell'ultimo biennio

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 45 **Check:** 50 **Act:** 45 **Media:** 46,25

3.2 Sviluppare e gestire le competenze del personale

Sintesi

Dall'analisi del questionario e dall'intervista alla Direzione, si può dedurre quanto segue. L'Ente pianifica lo sviluppo delle risorse umane, analizzando le competenze presenti, quelle necessarie, le abilità ed i requisiti richiesti al personale; sviluppa i talenti necessari per raggiungere mission, vision ed obiettivi.

Vengono promosse nuove forme di apprendimento e moderne metodologie di formazione (elearning, approccio multimediale, problem solving e e training on the job).

Assiste e favorisce l'inserimento del nuovo personale attraverso meccanismi di tutoring.

Valuta gli effetti dei programmi di formazione e sviluppo sul raggiungimento degli obiettivi dell'organizzazione e sulla trasmissione interna dei contenuti fra colleghi.

Punti di forza

Attenzione alla formazione del personale ed all'adeguatezza delle sue competenze rispetto agli obiettivi da perseguire.

Creazione di piani di formazione specifici per valorizzare le capacità e monitoraggio dei risultati.

Creazione di condizioni utili a favorire la collaborazione, lo scambio di idee ed il confronto costante tra obiettivi e risultati.

Punti di debolezza

Il percorso deve essere sviluppato e consolidato, anche attraverso una maggior formalizzazione degli interventi.

La dimensione dell'Ente e la consistenza del suo organico sono ridotte. Tale condizione rende più faticoso un approccio sistematico e strutturato nella gestione delle diverse attività in questione.

Idee per il miglioramento

Costruire percorsi formativi sulle soft-skills del personale dell'Ente, di SASA Srl e delle Delegazioni

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 50 **Check:** 45 **Act:** 45 **Media:** 46,25

3.3 Coinvolgere e potenziare il personale, nonché promuoverne il benessere

Sintesi

L'Ente promuove una cultura aperta e di dialogo ed incoraggia il lavoro di gruppo, tramite riunioni, progetti e responsabilizzazione dei singoli.

Il personale ed i sindacati sono coinvolti nello sviluppo di piani, progetti ed obiettivi, così come nell'attuazione di azioni di miglioramento ed innovazione.

Si sviluppano sistemi per raccogliere idee e suggerimenti dal personale. L'adozione del Modello CAF è essa stessa un esempio dell'attenzione prestata al personale, al suo coinvolgimento, all'ascolto delle sue opinioni e delle sue esigenze nell'ottica del miglioramento dell'organizzazione e dell'ottimizzazione dei suoi risultati.

L'Ente assicura buone condizioni ambientali di lavoro in tutta l'organizzazione, rispettando i requisiti richiesti per la salvaguardia della salute e della sicurezza.

L'Ente è impegnato a creare condizioni lavorative capaci di permettere una ragionevole conciliazione dei tempi di vita e lavoro (flessibilità dell'orario, part time, congedi di maternità, l. 104).

Presta attenzione alle esigenze dei dipendenti e delle persone con disabilità.

Punti di forza

Puntuale applicazione della normativa in materia di prevenzione dei rischi e di tutela della salute dei lavoratori.

Puntuale applicazione della normativa in materia di conciliazione dei tempi di vita e di lavoro.

Coinvolgimento del personale e dei suoi rappresentanti nei processi di definizione di strategie ed obiettivi.

Creazione di un clima aperto di dialogo e confronto.

Punti di debolezza

Non sono previsti metodi per dare riconoscimenti di natura non economica al personale.

Non sono previsti strumenti di conciliazione vita-lavoro in ambiente lavorativo, quali asili nido aziendali, palestre, ecc.

Il ricorso a smart working e strumenti di telelavoro è scarsamente praticato, fermo restando il rispetto della normativa in materia per il comparto della P. A.

Idee per il miglioramento

Impostare azioni di miglioramento del benessere del personale

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

CRITERIO 4: PARTNERSHIP E RISORSE

4.1 Sviluppare e gestire partnership con le organizzazioni pertinenti

Sintesi

La maggioranza dei partecipanti al questionario ha espresso un parere positivo sul lavoro dell'organizzazione in merito all'identificazione dei partner con i quali costruire relazioni di reciproco vantaggio.

Il focus group ha portato alla luce positività tra gli stakeholder interpellati, partner con i quali, per attinenza o valenza sociale vengono promosse iniziative di vario genere ed in

alcuni casi di utilità reciproca; allo stesso tempo emerge la criticità dell'Ente nel coinvolgere gli stessi nei processi di progettazione e dialogo soprattutto nei confronti della compagine sportiva.

L'intervista alla Direzione ha confermato il tutto.

L'AC è attivo nella ricerca e consolidamento delle partnership utili a diffondere un messaggio di assistenza e supporto alla compagine automobilistica.

Tale correlazione, in molti casi di reciproca utilità, prende corpo con affiliazioni, accordi, attraverso piattaforme (Aci MIUR) e con le apprezzate attività del Museo Tazio Nuvolari nei molteplici settori del Turismo, dell'automobilismo stori e sportivo, della cultura, della promozione del territorio e dell'associazionismo. In pratica, il Museo è il punto rappresentativo di tutti i valori della Federazione ACI.

Si ricordano anche i corsi di educazione stradale erogati dall'Ente in presenza o in modalità webinar ed eventi rivolti agli studenti, per un totale di oltre mille persone informate in media ogni anno;

Si ricorda anche che l'Ente è partner istituzionale in qualità di Federazione Nazionale dello sport automobilistico

Per tutte queste partnership è prevista una rendicontazione dei risultati periodica, rientrando nel sistema di misurazione della Performance di Ente.

Punti di forza

Capacità nella creazione dei rapporti con partner istituzionali e privati al fine di perseguire la mission.

Punti di debolezza

Non avere un feedback strutturato per ogni evento in partnership

Idee per il miglioramento

Costruire un sistema di monitoraggio del feedback per ogni evento in partnership

Punteggi

Plan: 50 **Do:** 50 **Check:** 45 **Act:** 45 **Media:** 47,5

4.2 Collaborare con i cittadini e le organizzazioni della società civile

Sintesi

Il questionario rileva un pronunciamento più sicuro relativamente all'informazione verso i cittadini, evidenziando invece qualche lacuna nel loro coinvolgimento diretto così come anche per gli stakeholder.

Il focus group con gli stakeholder ribalta in parte il risultato del questionario: le istituzioni pubbliche e private esprimono un largo e positivo consenso nella loro partecipazione alle iniziative che li riguardano direttamente.

L'intervista alla dirigenza conferma l'efficacia di una comunicazione trasparente e regolare utilizzando un linguaggio chiaro e coerente con la mission dell'Ente tramite i canali di mediazione a sua disposizione nonché con l'ausilio della stampa locale. Sempre nell'intervista si sottolinea che la collaborazione con i cittadini è occasionale e non strutturata: è nelle loro possibilità esprimere suggerimenti e reclami attraverso apposita sezione del sito, via mail o PEC.

Il cittadino nella mission dell'Ente rappresenta una figura centrale considerati i servizi in ambito automobilistico messi a disposizione tramite le delegazioni presenti su tutto il territorio provinciale e con la gestione del Museo Tazio Nuvolari. Nonostante ciò, il

cittadino, con parere condiviso da più parti, non viene coinvolto nella progettazione, produzione e valutazione dei servizi.

Ottimo invece il responso degli stakeholder più radicati e con i quali l'Ente collabora da anni proattivamente condividendone i processi e l'efficacia della realizzazione con la raccolta di questionari di gradimento e valutazione.

Punti di forza

Positivo lavoro con gli stakeholder dalla co-progettazione alla valutazione.

Punti di debolezza

I cittadini non vengono coinvolti regolarmente e in maniera strutturata eccetto nella comunicazione dei servizi offerti.

Idee per il miglioramento

Impostare azioni strutturali di comunicazione esterna ed interna relativa alle attività dell'Ente, attivando canali di ricezione di eventuali feedback.

Punteggi

Plan: 50

Do: 45

Check: 45

Act: 35

Media: 43,75

4.3 Gestire le risorse finanziarie

Sintesi

Per il suo aspetto peculiare, la gestione delle risorse finanziarie risulta a molti non giudicabile in assenza di specifiche competenze.

Il focus group giudica la gestione finanziaria in modo efficace in linea con gli obiettivi strategici e le norme sulla trasparenza alle quali l'organizzazione è sottoposta in qualità di ente pubblico.

L'utilizzo delle risorse è dimostrabile attraverso il budget e il bilancio d'esercizio: l'intervista afferma inoltre l'utilizzo della pianificazione finanziaria con attenta analisi dei rischi e delle opportunità.

La trasparenza di tale operatività è data dalla pubblicazione sul sito in apposita sezione (Amministrazione trasparente).

In qualità di Ente pubblico, nonché di associazione, c'è una chiara propensione dell'organizzazione alla pubblicazione delle scelte e modalità di impiego delle risorse finanziarie.

Il budget annuale e la semestrale seguiti dal monitoraggio del Direttore, supportato dalle linee guida di AC Italia, permettono un'analisi strutturata ed efficace della spending review grazie anche alla decentralizzazione delle responsabilità finanziarie organizzandosi con appropriati centri di costo (Direzione, Soci, Servizi Amministrativi).

Punti di forza

Trasparenza finanziaria e pubblicazione tempestiva di tutti i documenti relativi ai bilanci (Budget e Bilancio d'Esercizio)

Punti di debolezza

Difficoltà nel rendere facilmente comprensibili a tutti i Cittadini e Stakeholder le informazioni di natura contabile, finanziaria e patrimoniale, a causa della natura tecnica e burocratica che caratterizza la redazione dei bilanci.

Idee per il miglioramento

Valutare la progettazione e notizie ed informazioni in forma semplificata.

Punteggi

Plan: 50 **Do:** 50 **Check:** 35 **Act:** 35 **Media:** 42,5

4.4 Gestire le informazioni e la conoscenza

Sintesi

Il questionario riferisce di una buona gestione dell'informazione in modo particolare per quello che riguarda correttezza, affidabilità e sicurezza della stessa.

Opinione ribadita dal focus group, che ne sottolinea l'efficacia attraverso la molteplicità dei canali introdotti dall'organizzazione quali, rivista locale, sito istituzionale, pagina FaceBook e chat interne.

Il focus group sottolinea, inoltre, come la gestione dell'informazione già in atto con il protocollo informatico si stia a mano a mano implementando con una gestione digitalizzata.

L'intervista alla dirigenza evidenzia un quadro preciso di quali siano le informazioni e le conoscenze fondamentali per il proprio funzionamento: l'utilizzo di piani di formazione all'interno dell'organizzazione permette di apprendere le opportunità che la trasformazione digitale mette a loro disposizione al fine di un potenziamento delle competenze e conoscenze.

I team di progetto e la puntuale pratica dell'apprendimento completano il quadro.

Una scrupolosa attenzione ai processi evolutivi della digitalizzazione permette all'organizzazione di apprendere sistematicamente ciò che ACI e società collegate (v. Aci Progei sulla sicurezza) mettono a disposizione attraverso webinar asincronici, oltre ai piani formativi predisposti dal Ministero della Funzione Pubblica (Syllabus).

Punti di forza

Aggiornamento continuo e implementazione degli strumenti comunicativi e della formazione in particolare nella digitalizzazione e nei social network-

Punti di debolezza

Al momento sono state ancora attuate sessioni info-formative di benchmarking

Idee per il miglioramento

Implementare la comunicazione con iniziative di benchmarking

Punteggi

Plan: 45 **Do:** 45 **Check:** 45 **Act:** 40 **Media:** 43,75

4.5 Gestire la tecnologia

Sintesi

L'organizzazione riconosce un utilizzo della tecnologia efficace ed aggiornato atto a migliorare sia i propri servizi interni sia esterni: la percentuale evidenzia ampi pareri favorevoli.

Anche il focus group afferma un utilizzo abbastanza efficace delle tecnologie disponibili sempre in ottica di miglioramento a servizio degli stakeholder.

La dirigenza sottolinea come il favorire lo scambio e la condivisione delle informazioni e delle conoscenze verso gli stakeholder sia ben strutturato tramite scambio di mail ed utilizzando strumenti quali rivista, newsletter e incontri ad hoc e ci tiene a sottolineare che l'uso della tecnologia informatica è nell'Ente in costante e continuo miglioramento.

L'implementazione dei servizi online ha permesso una maggiore visibilità e fruibilità dei servizi per l'utente digitale. L'AC, coadiuvato dal DPO di ACI, ottempera puntualmente ai dettami del GDPR in tema di privacy.

In ultimo con la sua presenza capillare sul territorio incontra favorevolmente l'opinione anche dell'utenza non digitale.

Punti di forza

Monitoraggio e continuo aggiornamento negli strumenti comunicativi

Punti di debolezza

Il processo implementazione delle nuove tecnologie ha subito un notevole impulso solo negli ultimi quattro anni, pertanto sussistono notevoli margini di miglioramento.

Idee per il miglioramento

L'evoluzione dovrà essere costante e continuativa

Punteggi

Plan: 55 Do: 50 Check: 50 Act: 45 Media: 50

4.6 Gestire le infrastrutture

Sintesi

Il questionario rileva ottimi riscontri in questo ambito, con apprezzamento dell'impiego efficiente delle infrastrutture messe a loro disposizione.

Il focus group ci tiene a precisare come questo aspetto sia particolarmente apprezzabile nel Museo dell'Ente, in particolare dal 2021.

La direzione è ben conscia di quanto renda disponibile a livello di infrastrutture ai propri stakeholder interni ed esterni nonché alla propria organizzazione, assicurandone efficacia ed efficienza sia nella fornitura che nella loro manutenzione.

Le disposizioni di legge in materia di sicurezza sul lavoro sono osservate ai massimi livelli. In tutte le strutture gestite direttamente (proprietà) o indirettamente (Museo, Delegazioni, Autoscuole Ready2Go) l'Ente assicura capillarità mettendo a disposizione della comunità locale i servizi di sua competenza rappresentando un valore pubblico aggiunto oltre a rendere disponibili aree di pubblica utilità con locali attrezzati ad ospitare eventi, convegni, ecc.

Punti di forza

Particolare attenzione all'efficientamento delle strutture

Punti di debolezza

Spazi limitati per l'esposizione di auto storiche e assenza di parcheggio per il Museo Tazio Nuvolari

Idee per il miglioramento

Individuare una location più ampia per il Museo Tazio Nuvolari

Punteggi

Plan: 50 Do: 50 Check: 50 Act: 50 Media: 50

CRITERIO 5: PROCESSI

5.1 Progettare e gestire i processi per aumentare il valore per i cittadini/clienti

Sintesi

L'AC identifica i suoi processi e i sotto processi finalizzati al perseguimento della mission, vision ed obiettivi dell'Ente.

I processi sono regolamentati e documentati, misurati e valutati come risulta dalle evidenze indicate per il criterio in esame.

L'AC svolge un'opera di coordinamento dei propri processi, formalizzati in appositi documenti che tengono conto dei ruoli svolti dal personale e delle rispettive competenze.

I processi che inferiscono con l'ACI sono sottoposti a coordinamento attraverso il costante rapporto con l'Ente federante favorito dall'appartenenza del Direttore ai ruoli dello stesso.

Sussiste anche un'attività di coordinamento dei processi con altre organizzazioni con particolare riguardo alle Pubbliche amministrazioni, Istituzioni ed associazioni del territorio operanti negli ambiti di competenza dell'AC.

L'Ente, anche attraverso l'adesione al progetto F@CILE CAF, ha avviato un processo per introdurre il principio del miglioramento continuo anche attraverso un confronto partecipativo con gli stakeholder interni ed esterni in chiave di valore pubblico rispetto alla collettività locale e nazionale con particolare riguardo al tema dello sport e della tutela del patrimonio storico e culturale italiano.

Punti di forza

L'AC è organizzato per processi inerenti ai seguenti ambiti:

- soci;
- sicurezza stradale;
- pratiche automobilistiche;
- Museo Tazio Nuvolari;
- gestione eventi;
- comunicazione.

I processi sono documentati e ben definiti secondo le esigenze del personale e degli stakeholder esterni secondo logiche di data driven. Tali requisiti sono stati entrambi evidenziati dagli stakeholder che hanno partecipato al focus group organizzato dall'AC nel corso dell'autovalutazione condotta con il modello CAF.

L'organizzazione pianifica e gestisce i propri processi per raggiungere i risultati previsti anche attraverso l'utilizzo delle opportunità offerte dalla tecnologia.

Al riguardo l'AC garantisce che i processi dispongano delle risorse necessarie per il conseguimento degli obiettivi di riferimento.

I responsabili di processo sono identificati formalmente con particolare riguardo alle competenze e responsabilità degli stessi.

Il questionario di autovalutazione ha evidenziato una conoscenza del personale rispetto al processo di propria competenza, con particolare riguardo alle singole attività, alle procedure e agli obiettivi di riferimento e ai risultati raggiunti (output).

L'AC analizza e valuta i processi, i rischi e i fattori critici di successo, prendendo in considerazione gli obiettivi dell'organizzazione e i cambiamenti dell'ambiente circostante mediante il ciclo delle performance.

Il Focus group condotto dall'AC ha evidenziato una diffusa consapevolezza dei processi e dei sotto processi dell'organizzazione con particolare riguardo ai risultati conseguiti (output) e agli outcome.

La mappatura dei processi e la loro periodica revisione si articola periodicamente secondo quanto previsto dalla normativa in materia di trasparenza e della prevenzione della corruzione nell'ambito del Piano Triennale di Prevenzione della Corruzione e Trasparenza. La ricognizione dei processi, inoltre, viene effettuata costantemente dall'Ente in occasione di novità normative e/o di esigenze provenienti dall'esterno. Di tutti i documenti è data evidenza sul sito istituzionale dell'Ente.

Il Presidente e il Direttore si adoperano attraverso incontri con il personale e con le altre componenti dell'organizzazione per la condivisione delle informazioni rilevanti rispetto alla gestione dei processi e di eventuali innovazioni legislative, organizzative di rilievo per l'Ente.

I processi sono revisionati in applicazione della normativa sulla privacy secondo le indicazioni e/o regolamenti della Federazione ACI.

Il miglioramento dei processi è avviato attraverso l'utilizzo di modelli di eccellenza come il CAF ed il benchmarking con organizzazioni esterne.

Punti di debolezza

Sebbene i processi siano documentati e ben definiti il questionario di autovalutazione ha evidenziato che esiste una non diffusa consapevolezza da parte delle risorse dell'AC di tutti processi e relativi sotto processi dell'organizzazione.

Dalle evidenze emerge che il personale non ha sempre ben chiaro i risultati in termini di outcome generati dai processi di competenza e in generale dai processi dell'AC alla collettività.

Sebbene l'Ente assicuri una costante verifica e "manutenzione" dei processi, specialmente con riferimento di quelli a rischio di fenomeni corruttivi e di comportamenti non integri, si renderebbe opportuna anche una preventiva e strutturata rilevazione delle istanze provenienti dai portatori di interesse, con particolare riguardo ai cittadini ai fini di un loro fattivo coinvolgimento secondo logiche di valutazione partecipativa dei processi in chiave di valore pubblico.

Sebbene le responsabilità sui processi siano chiare dal questionario di autovalutazione è emersa l'esigenza di perfezionare i processi dell'AC al fine di conseguire una più efficace distribuzione di responsabilità e/o competenze nell'organizzazione.

Dalle evidenze appare ancora poco strutturata l'attività di revisione dei processi attraverso attività sistematiche di benchlearning e/o di benchmarking con l'esterno.

Dalle evidenze e dai risultati del questionario è emerso l'importanza di rafforzare l'impegno dell'Ente sul fronte dell'innovazione tecnologia con particolare riguardo alla gestione del sito

Idee per il miglioramento

Elaborare strategie di benchlearning nazionale e internazionale per avviare un processo sistematico di miglioramento e innovazione dei processi.

Iniziative di comunicazione interna per migliorare la conoscenza dei processi Sistema di misurazione e valutazione dei processi (output/outcome)

Punteggi

Plan: 45 Do: 45 Check: 45 Act: 45 Media: 45

5.2 Erogare prodotti e servizi orientati ai clienti, ai cittadini, agli stakeholder e alla società

Sintesi

L'AC coinvolge stakeholder nella gestione dei processi di riferimento per offrire loro servizi con standard di qualità elevati.

L'Ente ha aderito all'iniziativa F@cile CAF per introdurre in maniera strutturata e sistematica il ciclo del PDCA per il miglioramento continuo dei propri processi.

L'Ente si impegna a trattare i reclami degli stakeholder in maniera tempestiva ed efficace. Sempre al fine di assicurare la massima interazione con i cittadini, l'Ente dà evidenza sul proprio sito istituzionale di tutti i recapiti telefonici, PEC e-mail per poter contattare l'Ente e, parallelamente, l'Automobile Club Mantova comunica i propri servizi attraverso i media a disposizione, dai più tradizionali ai più moderni (digital bank del Museo Tazio Nuvolari, pagina notizie sul sito istituzionale, pagina Facebook e Instagram).

L'AC utilizza la comunicazione elettronica per relazionarsi con i cittadini/clienti (posta elettronica, PEC, sito web, sistema sms).

L'Ente è, inoltre, dotato di sistemi moderni di prenotazione on line per le revisioni e di rinnovo patente.

Sono presenti esempi di coinvolgimento dei cittadini/clienti nella progettazione e nel miglioramento dei servizi prodotti:

- questionari di customer satisfaction sottoposti ai docenti in occasione di corsi di educazione stradale presso le scuole;
- iniziative di formazione a favore della rete delle Delegazioni;
- incontri con gli stakeholder con particolare riguardo al tema dello sport e della tutela del patrimonio automobilistico storico.

L'AC dispone di un sito conforme alla normativa in materia di accessibilità degli strumenti informatici.

Punti di forza

Dai risultati emersi dal questionario e dal focus group è emerso che l'organizzazione coinvolge, in maniera costante ed efficace, i propri stakeholder nella progettazione e fornitura dei servizi di competenza nel rispetto di standard di qualità elevati e secondo logiche e in ossequio al principio "una volta soltanto".

L'AC assicura la disponibilità di informazioni appropriate ai cittadini/clienti e soci e affidabili allo scopo di fornire loro ausilio e informazione sulle attività dell'Ente, attraverso l'area "Amministrazione Trasparente" del sito internet istituzionale, la sezione notizie del sito istituzionale nel rispetto delle disposizioni sulla trasparenza.

L'organizzazione eroga i propri servizi secondo la dimensione dell'accessibilità - fisica e multicanale in termini di:

- a) orari di apertura del front office;
- b) disponibilità di canali digitali.

I reclami che pervengono tramite i diversi canali di contatto dell'AC con l'utenza sono distribuiti per aree tematiche e ciò consente di evaderli in maniera tempestiva ed efficace.

Punti di debolezza

I risultati del questionario hanno evidenziato che i cittadini non sono abbastanza coinvolti nella progettazione e nella definizione dei servizi dell'AC secondo standard di qualità.

L'Ente, come è stato evidenziato dai risultati del questionario, non ha utilizzato indagini, e altre forme di rilevazione del feedback rivolte ai propri utenti per misurare per identificare ottimizzazioni e miglioramenti dei processi/procedure e servizi loro destinati.

Non risulta evidente la presenza di un registro dei reclami in cui annotare i dati essenziali dei reclami stessi e monitorarne l'andamento nel tempo con particolare riguardo ai disservizi segnalati dai soci.

Il questionario di autovalutazione ha evidenziato l'importanza di rafforzare l'impegno dell'AC nel rendere maggiormente accessibili i propri servizi rispetto a questa specifica categoria di utenza, al fine di promuovere la qualità dei servizi offerti.

Idee per il miglioramento

- Istituire un registro dei reclami
- Avviare indagini di CS destinati ai propri utenti
- Avviare progetti/iniziative migliorative dell'accessibilità dei servizi con particolare riguardo all'utenza debole.

Punteggi

Plan: 40 Do: 40 Check: 40 Act: 40 Media: 40

5.3 Coordinare i processi all'interno della organizzazione e con altre organizzazioni pertinenti

Sintesi

L'AC svolge un'opera di coordinamento all'interno dell'organizzazione dei propri processi I processi che inferiscono con l'ACI sono sottoposti a coordinamento attraverso il costante rapporto con l'Ente federante favorito dall'appartenenza del Direttore ai ruoli dello stesso.

Sussiste anche un'attività di coordinamento dei processi con altre organizzazioni, con particolare riguardo ai portatori di interesse istituzionali.

Punti di forza

L'AC ha definito i processi che sono sottoposti a periodica revisione ed ai quali è data visibilità sul sito istituzionale, proprio allo scopo di favorire il confronto all'interno della Federazione e con le istituzioni esterne.

Con particolare riferimento ai processi di erogazione dei servizi, l'AC si coordina con i partner chiave del settore privato e pubblico attraverso accordi di collaborazione, convenzioni e protocolli di intesa che prevedono anche un coordinamento dei processi.

Al riguardo, tali collaborazioni sono avviate dall'Ente per la realizzazione di eventi sportivi o di interesse istituzionale nazionali e internazionali per lo svolgimento di iniziative museali e di educazione stradale insieme agli Istituti scolastici.

In tutti questi casi (e nei casi in cui l'AC condivide con strutture terze la medesima "catena" di erogazione di servizi) l'Ente è aperto allo sviluppo di sistemi comuni per facilitare lo scambio di informazioni.

Si segnala che la Struttura, in occasione dell'avvio del processo di autovalutazione, ha organizzato un focus group con alcuni stakeholder istituzionali significativi e determinanti per le attività svolte dall'AC per rilevare la loro percezione sui punti di forza e di debolezza

dell'organizzazione in chiave CAF, con particolare riferimento ai servizi di educazione stradale, sportivi e al settore museale automobilistico

Punti di debolezza

L'AC non dispone di un sistema strutturato che preveda il coordinamento dei processi con quelli dei propri partner. Obiettivo definire una filiera di organizzazioni che operano per la generazione di un valore pubblico a beneficio della collettività locale e nazionale.

Idee per il miglioramento

Applicazione sistematica e strutturata del modello di eccellenza CAF per un miglioramento continuo dei processi e per il loro coordinamento con le principali strutture esterne competenti.

Avvio di progetto comuni per la creazione di una rete fra organizzazioni per favorire il processo di generazione del valore pubblico.

Punteggi

Plan: 35 Do: 40 Check: 35 Act: 30 Media: 35

RISULTATI

Tabella per l'attribuzione dei punteggi utilizzata per i sottocriteri 6-9:

	ATTRIBUTI	0 - 10	11 - 30	31 - 50	51 - 70	71 - 90	91 - 100
TREND	I trend sono positivi	Nessuna misurazione	Misure in crescita, trend da negativi a stazionari a leggermente positivi	Positività trend in crescita, irregolarità in diminuzione	Progressi costanti	Progressi significativi	Confronti positivi con organizzazioni performanti su tutti i risultati
	Punteggio TREND	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
TARGET	OBIETTIVI Gli obiettivi (Target o Risultati attesi) sono stati raggiunti	Non ci sono obiettivi e/o misure risultati	Obiettivi più significativi e risultati presenti. Risultati tendenzialmente negativi	Obiettivi più significativi raggiunti	Cresce il numero di obiettivi raggiunti al di là di quelli più significativi	La maggior parte degli obiettivi raggiunti	Tutti gli obiettivi raggiunti o superati
	Punteggio OBIETTIVI	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
	CONFRONTI Confronti favorevoli con altre organizzazioni (interne e/o esterne), scelte in modo appropriato	Nessun confronto	Confronti non favorevoli o favorevoli per alcuni risultati	Alcuni confronti favorevoli per alcuni risultati scelti in modo appropriato	Alcuni confronti favorevoli per molti risultati scelti in modo appropriato	Alcuni confronti favorevoli per la maggior parte dei risultati scelti in modo appropriato	Confronti favorevoli per tutti i risultati scelti in modo appropriato
	Punteggio CONFRONTI	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100
	COPERTURA I risultati sono relativi alle aree pertinenti e segmentati quando appropriato.	Nessuna misura di copertura	I risultati riguardano alcune aree	I risultati riguardano alcune aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato	I risultati riguardano molte aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato	I risultati riguardano la maggior parte delle aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato	I risultati riguardano tutte le aree e/o attività significative e sono segmentati quando appropriato
	Punteggio COPERTURA	○ ○ ○ 0 5 10	○ ○ ○ ○ ○ 15 20 25 30	○ ○ ○ ○ ○ 35 40 45 50	○ ○ ○ ○ ○ 55 60 65 70	○ ○ ○ ○ ○ 75 80 85 90	○ ○ 95 100

CRITERIO 6: RISULTATI ORIENTATI AL CITTADINO/CLIENTE

6.1 Misurazioni della percezione

Sintesi

L'AC ha, in parte, misurato i risultati rispetto alla soddisfazione dei cittadini/ clienti con riferimento alle diverse aree quali: l'immagine esterna, l'accessibilità, la performance del personale, la partecipazione dei cittadini/clienti, la trasparenza delle informazioni, la qualità e specificità dei prodotti e dei servizi, nonché le capacità di innovazione, agilità e digitalizzazione dell'organizzazione.

Punti di forza

In particolare presso il Museo Tazio Nuvolari, utilizzo delle digital card con qr-code dinamico, consente - nel rispetto della privacy - il monitoraggio del gradimento dei servizi museali e indicatori importanti quali il luogo ed il dispositivo utilizzati per l'accesso a contenuti extra del Museo stesso.

Punti di debolezza

L'AC non dispone di tutte le informazioni quali-quantitative richieste dagli esempi del sottocriterio per la misurazione della soddisfazione della qualità percepita dei cittadini clienti con particolare riguardo al tema del coinvolgimento e partecipazione del cittadino cliente, compreso l'e-government.

Idee per il miglioramento

Avviare un sistema strutturato e sistematico di rilevazione della qualità percepita dei cittadini/clienti dell'AC Mantova incentrato su un approccio multicanale, sull'affinamento degli strumenti di ascolto e sul dialogo proattivo con tutti gli stakeholder per una pa innovativa, accessibile e sempre più vicina, in maniera proattiva alle reali necessità dei cittadini/clienti del territorio di riferimento.

Punteggi

Trend: 30 Obiettivi: 30 Confronti: 30 Copertura: 30 Media: 30

6.2 Misurazioni delle performance

Sintesi

L'AC ha, in parte, misurato i risultati connessi agli richiesti dal sottocriterio con particolare riguardo alla capacità di gestione in maniera efficace con i cittadini clienti, la digitalizzazione, il numero di canali di informazione e comunicazione, la disponibilità e l'accuratezza delle informazioni, orari di apertura del front office e la trasparenza.

Punti di forza

Costante attenzione al monitoraggio dei reclami e delle segnalazioni dell'utenza.

Punti di debolezza

L'AC non dispone di tutte le informazioni quali-quantitative richieste dagli esempi del sottocriterio per la misurazione degli indicatori di gestione della performance con particolare riguardo ai seguenti risultati:

- tempi di attesa;
- risultati relativi al tasso di errori sulle pratiche gestite;
- aderenza a standard di servizi pubblici;
- livello di erogazione open data;

- livello di coinvolgimento degli stakeholder nella progettazione ed erogazione di servizi e prodotti e/o nei processi decisionali
- entità delle attività di valutazione congiunta con gli stakeholder per monitorare le loro mutevoli esigenze e il relativo grado di soddisfazione.

Idee per il miglioramento

Elaborare degli indicatori interni di gestione per la misurazione e valutazione delle performance secondo la logica del miglioramento continuo.

Creazione di un cruscotto di indicatori della performance dell'AC Mantova.

Punteggi

Trend: 35 **Obiettivi:** 35 **Confronti:** 35 **Copertura:** 30 **Media:** 33,75

CRITERIO 7: RISULTATI RELATIVI AL PERSONALE

7.1 Misurazioni della percezione

Sintesi

L'Automobile Club Mantova, disponendo di un solo Dipendente diretto nei ruoli dell'Ente, copre parzialmente gli esempi indicati dal modello per quanto riguarda le misurazioni della percezione, come richiesto dal sottocriterio 7.1.

Punti di forza

Il Questionario di Autovalutazione, quale strumento di rilevazione della percezione, si è rilevato particolarmente utile ed efficace al fine di coinvolgere il personale nel progetto CAF e di migliorare il servizio reso all'utenza.

Punti di debolezza

Non esistono confronti con altre organizzazioni interne o con esperienze analoghe precedenti. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al sottocriterio in esame.

Idee per il miglioramento

Introdurre un metodo strutturato per la raccolta di idee, suggerimenti o feedback da parte del personale, come ad esempio un'agenda o un sondaggio periodico.

Punteggi

Trend: 30 **Obiettivi:** 30 **Confronti:** 0 **Copertura:** 30 **Media:** 22,5

7.2 Misurazioni delle performance

Sintesi

L'Automobile Club Mantova copre in parte gli esempi indicati dal modello per le misurazioni delle performance, come richiesto dal sottocriterio 7.2.

Punti di forza

Questo indicatore si focalizza sulla motivazione del personale. I dati vengono rilevati attraverso il report prodotto dalla piattaforma F@cileCAF. L'obiettivo è ottenere una panoramica chiara del coinvolgimento del personale nelle attività di miglioramento e del loro livello di motivazione.

Punti di debolezza

Non esistono confronti con altre organizzazioni interne o con analoghe esperienze precedenti. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al sottocriterio in esame.

Idee per il miglioramento

Incoraggiare il personale a esporre proattivamente eventuali problemi e a proporre idee e suggerimenti per migliorare l'organizzazione.

Punteggi

Trend: 30 **Obiettivi:** 25 **Confronti:** 0 **Copertura:** 20 **Media:** 18,75

CRITERIO 8: RISULTATI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

8.1 Misurazioni della percezione

Sintesi

Con riferimento ai risultati richiesti dal sottocriterio 8.1, non è stata al momento condotta un'attività di misurazione della percezione ulteriore rispetto al Questionario di autovalutazione.

Punti di forza

Non è stato possibile individuare punti di forza data l'assenza di misurazioni della percezione.

Punti di debolezza

Non ci sono misure specifiche per la rilevazione della percezione. Non esistono confronti con altre organizzazioni interne.

Idee per il miglioramento

Introdurre e potenziare lo strumento dell'indagine di customer satisfaction, con un'attenzione particolare agli esempi proposti dal modello.

Punteggi

Trend: 0 **Obiettivi:** 0 **Confronti:** 0 **Copertura:** 0 **Media:** 0

8.2 Misurazioni delle performance

Sintesi

Con riferimento ai risultati richiesti dal sottocriterio 8.2, l'Automobile Club Mantova copre solo in parte gli esempi indicati dal modello.

Punti di forza

Questo indicatore ha richiamato l'attenzione di monitorare il numero di interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria sull'immobile e sulle attrezzature informatiche. L'obiettivo è garantire la preservazione e il mantenimento delle risorse

Punti di debolezza

Non esistono confronti con altre organizzazioni interne ed analoghe esperienze precedenti. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al sottocriterio in esame.

Idee per il miglioramento

Strutturare un programma e calendario di incontri con le autorità di riferimento, i gruppi e i rappresentanti della collettività al fine di promuovere iniziative comuni a beneficio della cittadinanza.

Punteggi

Trend: 20 Obiettivi: 20 Confronti: 0 Copertura: 20 Media: 15

CRITERIO 9: RISULTATI RELATIVI ALLE PERFORMANCE CHIAVE

9.1 Risultati esterni: output e valore pubblico

Sintesi

Con riferimento ai risultati richiesti dal sottocriterio 9.1, l'Automobile Club Mantova copre in parte gli esempi indicati dal modello.

Punti di forza

Si è concentrata l'attenzione sull'accesso e la fruibilità del Museo Tazio Nuvolari e dei propri servizi in presenza e on line in Italia e nel mondo, anche alla luce della procedura di digitalizzazione dello stesso.

Punti di debolezza

Non ci sono evidenze relative a confronti con altre organizzazioni o analoghe esperienze precedenti. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al sottocriterio in esame.

Idee per il miglioramento

Avviare attività di benchmarking con altre pubbliche amministrazioni per confrontare e migliorare i servizi in termini di output e outcome.

Punteggi

Trend: 35 Obiettivi: 30 Confronti: 5 Copertura: 25 Media: 23,75

9.2 Risultati interni: livello di efficienza

Sintesi

Con riferimento ai risultati richiesti dal sottocriterio 9.2, l'Automobile Club Mantova copre in parte gli esempi indicati dal modello.

Punti di forza

Questo indicatore misura il grado di digitalizzazione dei processi

Punti di debolezza

Non ci sono evidenze relative a confronti con altre organizzazioni. I risultati coprono in misura ridotta le aree pertinenti al sottocriterio in esame

Idee per il miglioramento

Avviare attività di benchmarking con altre pubbliche amministrazioni per migliorare l'efficienza e l'efficacia dei servizi.

Punteggi

Trend: 30 Obiettivi: 30 Confronti: 10 Copertura: 30 Media: 25

APPENDICE 1: EVIDENZE A SUPPORTO DEI SOTTOCRITERI

CRITERIO 1: LEADERSHIP

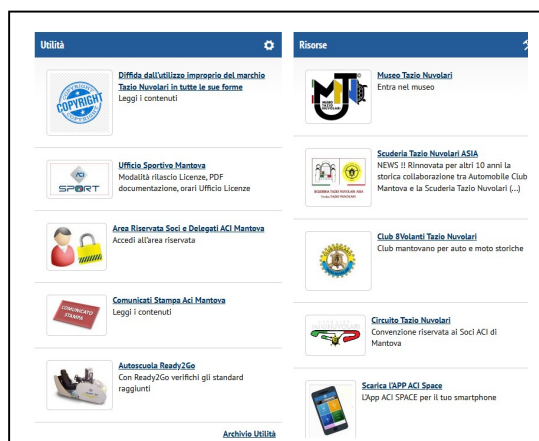
1.1 Orientare l'organizzazione, attraverso lo sviluppo della mission, della vision e dei valori

[Piano Generale delle attività A.C. Mantova](#) e [PIAO della Federazione ACI](#)
[Sistema di misurazione e valutazione delle Performance ACI](#)
[Report Questionario di autovalutazione, somministrato al Personale dal 3/6 al 10/6/2025](#)
[Report Focus Group esterno ed interno, tenuti il 26/6/2025 presso la sede dell'Ente](#)
[Report intervista al Direttore dell'Ente tenuta il 1/7/2025 presso la sede dell'Ente.](#)

1.2 Gestire l'organizzazione, le sue performance e il miglioramento continuo

Iniziative di comunicazione progettate ed incluse annualmente negli obiettivi di Performance (SMVP di Ente). Esempi di iniziative di comunicazione ed interazione con Cittadini e Stakeholder:

- [Giornata dell'Automobilista](#);
- [Sicurezza stradale e mobilità](#);
- [Eventi commemorativi dedicati a Tazio Nuvolari](#);
- [Digitalizzazione del Museo Tazio Nuvolari](#)
- [Iniziative internazionali del Museo Tazio Nuvolari](#)
- [Scuderia Tazio Nuvolari Asia](#)
- [Digital Card Automobile Club Mantova](#)
- Strumenti di comunicazione diretti a specifici segmenti di utenti (giovani, titolari di licenze sportive, allievi autoscuole, professionisti, Soci fidelizzati, ecc.)



1.3 Ispirare, motivare e supportare il personale dell'organizzazione e agire come modello di ruolo

[Piano annuale di formazione](#) ed aggiornamento del Personale

[Contratto Collettivo Integrativo di Ente](#)

[Assegnazione obiettivi](#), [report periodici](#) e [monitoraggio periodico avanzamento obiettivi](#)

Automobile Club d'Italia					
Produzione Soci Per L'AC Di MN, Data Operazione Dal 01/01/2025 Al 31/10/2025.					
AC	DELEGAZIONE	DENOMINAZIONE	NUOVI	RINNOVI	NUMERO RECORD
MN	002	Automobile Club Mantova	575	534	1452
MN	016	Chigola	16	280	348
MN	019	Agrover Produzione Auto	22	177	198
MN	025	Aut. Servizio Di C'Auto	10	76	86
MN	027	Aut. Auto Di D'Albano	8	77	85
MN	029	A.B.C. Pubblica Auto Di	16	235	227
MN	032	Ag. Auto Di Pagnani	20	45	65
MN	033	Ag. Auto Di Pagnani	151	1258	1510
MN	034	Ag. Auto Di Pagnani	188	159	349
MN	037	Ag. Auto Di Pagnani	154	232	324
MN	038	Studio Auto Di Pagnani	10	134	148
MN	040	Automobile Auto Di	191	85	276
MN	042	Aut. Pavia Mantova 1989	25	214	242
MN	043	Studio Auto Di Pagnani	25	76	106
MN	044	Bentley Di	75	212	287
			Totale Record		6823

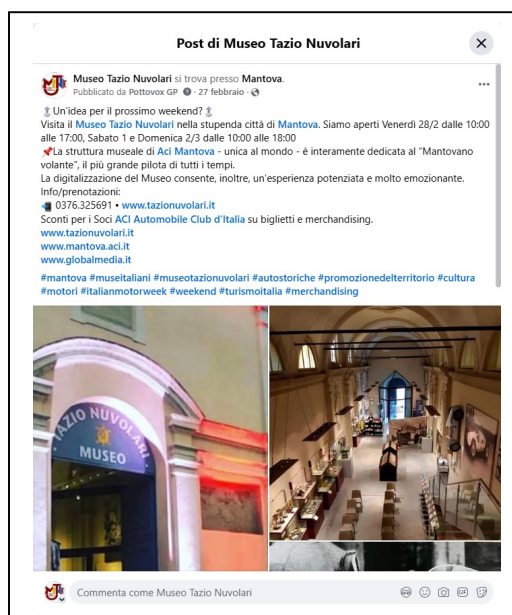
1.4 Gestire relazioni efficaci con le autorità politiche e gli altri stakeholder

Eventi, conferenze stampa e comunicati stampa, consultabili nella [Sezione "Comunicati stampa"](#) del sito web dell'Ente ed ampiamente divulgati nei social network di Acì Mantova e Museo Tazio Nuvolari.

- Pagina Facebook Acì Mantova (1.044 follower al 1/10/2025)



- Pagine Instagram e Facebook Museo Tazio Nuvolari (10.140 follower al 1/10/2025)



CRITERIO 2: STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

2.1 Identificare i bisogni e le aspettative degli stakeholder, unitamente alle informazioni sull'ambiente esterno e a quelle rilevanti sulla gestione

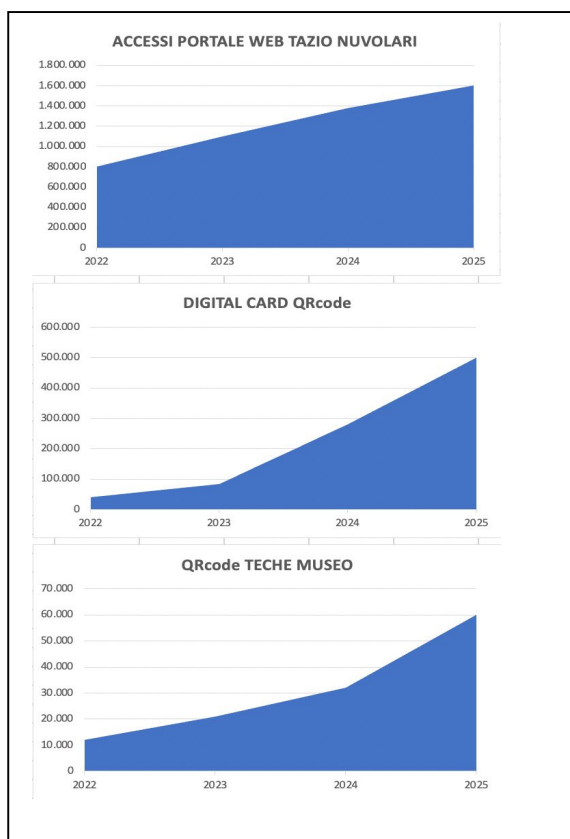
[Analisi potenzialità e sviluppo rete A.C. Mantova](#)

[Piano triennale dei fabbisogni del personale A.C. Mantova](#)

[Budget d'Esercizio](#) e [Piano degli indicatori e dei risultati attesi di bilancio](#)

[Regolamento per l'adeguamento ai principi generali di razionalizzazione e contenimento della spesa dell'Automobile Club Mantova per il triennio 2023-2025.](#)

Analisi tipologie accessi al Museo Tazio Nuvolari



2.2 Sviluppare strategie e piani basati sulle informazioni raccolte

[Linee guida ACI e PIAO di Federazione](#)

[Questionario autovalutazione,](#)

[n. 2 Focus group](#)

[Intervista al Direttore](#) realizzata dal GAV nell'ambito del Metodo CAF

2.3 Comunicare, attuare e riesaminare le strategie e i piani

[Partecipazione al Convegno Internazionale "Motor Sapiens" – Lugano 2024](#)

[Intervista al Direttore su Gazzetta di Mantova – 2025](#)

16-OTT-2025
da pag. 13 / foglio 1

GAZZETTA DI MANTOVA
Quotidiano - Dir. Resp.: Corrado Binacchi
Tiratura: 12438 Diffusione: 9954 Lettori: 95000 (DATASTAMPA0002019)

DATA STAMPA
44° Anniversario

Il commento
DATASTAMPA2019 DATASTAMPA2019

«L'auto può essere un'arma Serve attenzione assoluta»

Il direttore di ACI:
«A fronte di veicoli sempre più sicuri a fare la differenza è il fattore umano»

Guidare è un piacere - spesso una necessità - ma «l'auto può essere un'arma». Un cannone di lamiera che si tende a maneggiare con troppa disinvoltura. Con l'attenzione intermittente che avvelena il nostro tempo. Il monito è del direttore di ACI Mantova, Giuseppe Pottocar, che rileva «la crescita preoccupante» di incidenti (1.064), feriti (1.417) e morti (27) nel 2024: rispettivamente 112, 87 e 8 in più a confronto con il 2023.

«Cosa suggeriscono questi numeri? Che è necessaria un'attenzione assoluta ai comportamenti - sollecita Pottocar - Insieme al mancato rispetto dei segnali, la guida distratta è tra le cause più frequenti degli incidenti. Questo ci dice che, a fronte di veicoli sempre più efficienti in termini di sicurezza, a fare la differenza è sempre il fattore umano. È proprio su questo aspetto che noi battiamo sistematicamente, a partire dalle scuole elementari».

Numeri di guerra
Oltre 3mila morti e quasi 234mila feriti in un anno, sulle strade d'Italia, «sono

numeri di guerra» scandisce il direttore di ACI Mantova, invitando a riflettere anche sui costi sociali del fenomeno. Sul dolore che travolge le famiglie, scombinate le traiettorie.

È necessario neutralizzare ogni pericolo potenziale. Il cellulare, certo, ma anche l'alcol. «A costo di suonare antipatici, noi insistiamo a ripetere che se si beve, non si guida - argomenta Pottocar - Senza nulla togliere all'importanza della nostra cultura enogastronomica e alla gradevolezza del buon vino, già con 0,50 grammi di alcol per litro di sangue, quindi nei limiti, si segnalano alterazioni del campo visivo laterale e un allentamento dei riflessi. Gli effetti variano a seconda del peso, dell'età, dell'abitudine e dall'assunzione di eventuali farmaci. Come regolarsi? Bevendo a turno, ad esempio».

È il piacere della guida a spingere ACI a battersi «ancora di più, cominciando con l'educazione stradale il prima possibile». Dalle future mamme - alle quali insegnare l'uso del seggiolino e dei sistemi di ritenuta passivi - ai bambini delle elementari, coinvolti attraverso la formula del "giocando s'impara". Anche a controllare mamma e papà prima del viaggio. **Ig.Cip**



Responsabili alla guida Il direttore di ACI Mantova, Pottocar

2.4 Gestire il cambiamento e l'innovazione per assicurare agilità e resilienza dell'organizzazione

Progetti locali formalizzati nel Contratto Collettivo Integrativo di Ente e coerenti con i Budget d'esercizio e con il Sistema di misurazione e valutazione delle Performance di Federazione.

- Scheda Progetto locale 2025 A.C. Mantova e relativo GANTT

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
GANTT PROGETTO: "MUSEO TAZIO NUVOLARI - PROGETTO BEYOND"																	
ANNO 2025																	
Obiettivi operativi	Step di realizzazione previsti (azioni, dati ed elementi oggettivi e misurabili)	Strutture competenti	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE	Indicatore di misurazione	Target assegnato	
1. Realizzazione di una nuova area espositiva presso il Museo Tazio Nuvolari di Automobili Club Mantova	L'area espositiva conterrà N. 2 teche, contenenti oggetti e materiale espositivo dedicato al lato artistico e poliedrico della vita di Tazio Nuvolari.	A.C. MANTOVA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Relazione del Direttore	1	
2. Realizzazione di tre diverse mostre nella nuova area espositiva Museo Nuvolari, di cui al punto 1.	Nei mesi di Gennaio, Maggio e Settembre saranno realizzate tre diverse mostre tematiche dedicate alla vita di "Nivola"	A.C. MANTOVA	X				X				X				Relazione del Direttore	3	

FIRMA CAPO PROGETTO F.to Dott. Giuseppe Pottocar (Direttore Automobili Club Mantova)

FIRMA STRUTTURE COMPETENTI

Automobile Club d'Italia

Inserimento attività per MANTOVA anno: 2025
Data termine inserimento eventi: 31/01/2026

educazione
sicurezza
stradale

Benvenuto: 747651

Inserimento attività per MANTOVA anno: 2025

Riepilogo attività MANTOVA per l'anno 2025

Num. Corsi	Tot. Partecipanti in Presenza	Tot. Partecipanti in DAD	Obiettivo AC	Tot. Corsi Validi	Corsi Validi Obiettivo AC	% Ragg. Obiettivo	Obiettivo Raggiunto
11	846	500	5	9	5	100	SI

Convalida Attività Anno
Esporta Attività

	Data Attività	Attività	Modalità	Destinatari	Tipo Struttura	Nome Struttura	Provincia	Comune	Num Partecipanti	Enti Coinvolti	Email Riferimento	Telefono Responsabile	Media Valutazione	Richiesta EduStrada	Valido
☐	20/01/2025	Alcol, droghe e guida dei veicoli	In Presenza (corso)	Giovani 15 - 25 anni	Istituto Scolastico	Giuseppe Pottocar	Mantova	Mantova	65	Automobile Club Mantova, ITIS Liceo Scienze applicate "Fermi" di Mantova	g.pottocar@aci.it	3472628243	5	☒	☒
☐	06/02/2025	2 Ruote Sicure	In Presenza (corso)	Bambini 5 - 10 anni	Istituto Scolastico	Giuseppe Pottocar	Mantova	Mantova	165	Automobile Club Mantova, Istituto Scolastico Redentore di Mantova	g.pottocar@aci.it	3472628243	5	☒	☒
☐	14/02/2025	A Passo Sicuro	In Presenza (corso)	Bambini 5 - 10 anni	Istituto Scolastico	Giuseppe Pottocar	Mantova	Guidizzolo	65	Automobile Club Mantova, Ist. Comprensivo Guidizzolo	g.pottocar@aci.it	3472628243	5	☒	☒
☐	10/03/2025	Giovani Campioni della Sicurezza Stradale	In Presenza (corso)	Bambini 5 - 10 anni	Istituto Scolastico	Giuseppe Pottocar	Mantova	Cavriana	46	Automobile Club Mantova, I.C. Guidizzolo, Scuola Primaria Cavriana	g.pottocar@aci.it	3472628243	5	☒	☒
☐	19/03/2025	Giovani Campioni della Sicurezza Stradale	In Presenza (corso)	Bambini 5 - 10 anni	Istituto Scolastico	Giuseppe Pottocar	Mantova	Castel d'Ario	33	Automobile Club Mantova, Museo Tazio Nuvolari, IC Roncoferraro	g.pottocar@aci.it	3472628243	4	☒	☒
☐	26/03/2025	Ciclomotori, quadricicli e regole per i neopatentati	In Presenza (corso)	Giovani 15 - 25 anni	Istituto Scolastico	Giuseppe Pottocar	Mantova	Mantova	31	Automobile Club Mantova, Museo Tazio Nuvolari, Istituto scolastico Bonomi Mazzolari	g.pottocar@aci.it	3472628243	4	☒	☒

Automobile Club d'Italia

MANTOVA
Data termine inserimento eventi: 31/01/2026

educazione
sicurezza
stradale

Benvenuto: 747651

Riepilogo attività MANTOVA per l'anno 2025

Obiettivo AC	Num. Eventi Ruote nella Storia	Num. Attività Comunicazione	Tot. Partecipanti	Tot. Attività Valide	% Ragg. Obiettivo	Obiettivo Raggiunto	Convalidato
3	1	3	360	3	100	SI	0

Convalida Attività Anno
Esporta Attività

Elenco Attività / Eventi inseriti

	Data Attività	Attività	Provincia	Comune	Partecipanti	Club Affiliati / Altri Enti- Associazioni	Automobili	Soci ACI Partecipanti	Evento Svolto	Iscriz. ne Calendario Sportivo	Valido
☐	25/01/2025	Attività di comunicazione	Mantova	Mantova	82		0	0			☒
☐	05/03/2025	Attività di comunicazione	Mantova	Mantova	103		0	0			☒
☐	06/04/2025	Ruote nella Storia	Mantova	Volta Mantovana	55	Comune di Mantova, Comune di Volta Mantovana, Museo Palazzo Ducale di Mantova, Automobile Club Mantova, Club ACI Storico, Museo Tazio Nuvolari, Club BVolanti Tazio Nuvolari, Provincia di Mantova, Comune di San Benedetto Po (MN)	30	30	☒	☒	☒
☐	12/06/2025	Attività di comunicazione	Mantova	Porto Mantovano	120		0	0			☒

4.2 Collaborare con i cittadini e le organizzazioni della società civile

Sezioni [“Contatti”](#) e [“Accesso Civico”](#) presenti nel sito web www.mantova.aci.it
[Giornata dell'Automobilista](#)
[App ACI Space](#)

4.3 Gestire le risorse finanziarie

La Sezione ["Bilanci"](#) presente nel "Portale Amministrazione Trasparente" del sito web, riporta in forma integrale (PdfA) la documentazione documentazione completa relativa ai Budget e ai Bilanci d'Esercizio dell'Automobile Club Mantova.

4.4 Gestire le informazioni e la conoscenza

Piano annuale di formazione

Siti web www.mantova.aci.it e www.tazionuvolari.it e Social network

[Piano annuale formazione Personale](#) [Contratto Collettivo Integrativo di Ente](#)
[Questionario autovalutazione](#), [focus group](#) e [intervista al Direttore](#)

4.5 Gestire la tecnologia

Digital card con QR-Code dinamico e Digital key



4.6 Gestire le infrastrutture

Documento valutazione dei rischi, costantemente aggiornato

Mantova



DOCUMENTO DI VALUTAZIONE DEI RISCHI PER LA SICUREZZA E SALUTE DEI LAVORATORI

*ai sensi dell'art. 17 e 26 del D.Lgs 9 aprile 2008, n. 81
e successive modifiche e integrazioni*

Documento elaborato da:



[Sito web e digital bank del Museo Tazio Nuvolari](#)
[Digital card con Qr-Code Dinamico](#)

CRITERIO 5: PROCESSI

5.1 Progettare e gestire i processi per aumentare il valore per i cittadini/clienti

[Portale Amministrazione Trasparente \(PAT\)](#)
[Carta dei Servizi e standard di qualità](#)
[Servizi in rete](#)

5.2 Erogare prodotti e servizi orientati ai clienti, ai cittadini, agli stakeholder e alla società

[Sito web istituzionale](#)
[Sito web Museo Tazio Nuvolari](#)
[Guida sconti e agevolazioni per i Soci ACI](#)

5.3 Coordinare i processi all'interno della organizzazione e con altre organizzazioni pertinenti

[PIAO della Federazione ACI](#)
[Focus Group 2025](#)
[Adesione al Metodo CAF](#)

CRITERIO 6: RISULTATI ORIENTATI AL CITTADINO/CLIENTE

6.1 Misurazioni della percezione

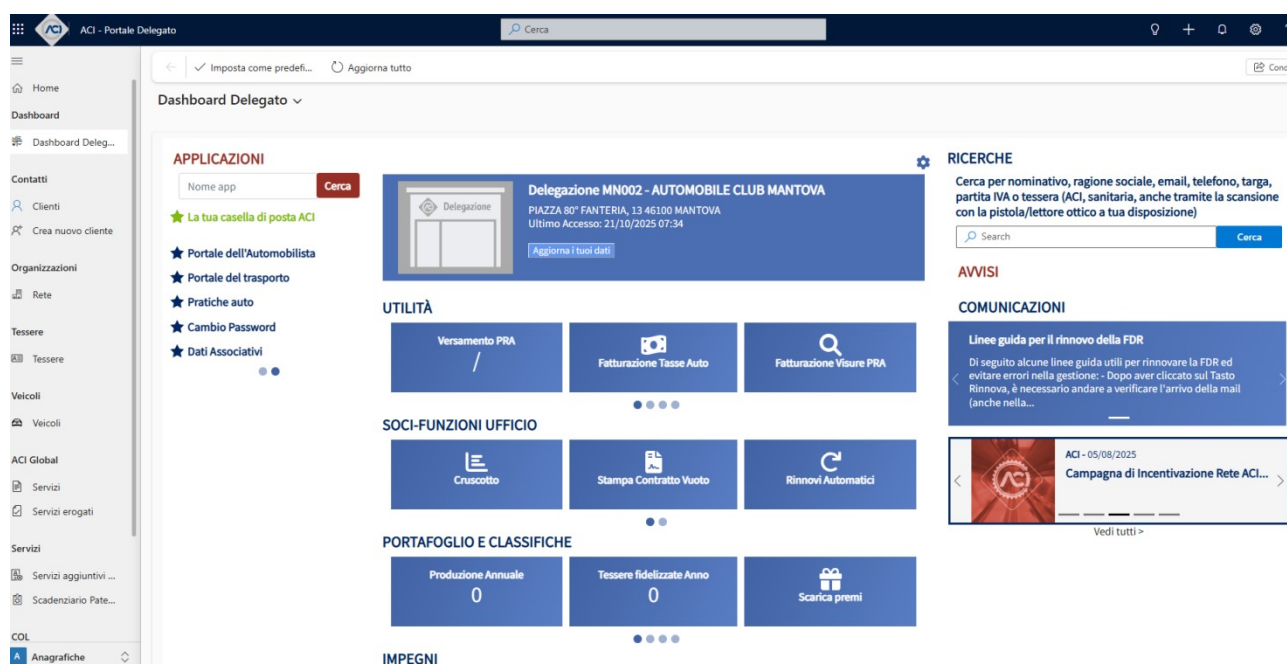
[Questionario autovalutazione](#), [focus group](#) e [intervista al Direttore](#)

6.2 Misurazioni delle performance

[Sistema misurazione e valutazione della performance \(SMVP\)](#)

[Portale "Business Automation Workflow"](#) (rendicontazione attività di educazione stradale in sinergia con MIUR e partnership nel settore dell'automobilismo storico)

CRM ACI per la rendicontazione delle attività dei punti vendita ACI



CRITERIO 7: RISULTATI RELATIVI AL PERSONALE

7.1 Misurazioni della percezione

[Contratto Collettivo Integrativo di Ente](#)

[Questionario autovalutazione](#), [focus group](#) e [intervista al Direttore](#)

7.2 Misurazioni delle performance

[Sistema misurazione e valutazione della performance \(SMVP\)](#)

[Relazioni ed attestazioni dell'OIV](#)

[Tassi di assenza del Personale](#)

CRITERIO 8: RISULTATI RELATIVI ALLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

8.1 Misurazioni della percezione

[Bilancio sociale](#)

[Questionario autovalutazione](#), [focus group](#) e [intervista al Direttore](#)

8.2 Misurazioni delle performance

[Sistema misurazione e valutazione della performance \(SMVP\)](#)

CRITERIO 9: RISULTATI RELATIVI ALLE PERFORMANCE CHIAVE

9.1 Risultati esterni: output e valore pubblico

[Bilancio sociale](#)

[Questionario autovalutazione](#), [focus group](#) e [intervista al Direttore](#)

9.2 Risultati interni: livello di efficienza

[Questionario autovalutazione](#), [focus group](#) e [intervista al Direttore](#)

APPENDICE 2: GLOSSARIO

A.C. - Automobile Club Mantova

AA.CC. - Automobile Club provinciali

Ente - Automobile Club Mantova

S.A.S.A. - Società Assistenza Soci Aci (Società in house A.C. Mantova)

PAT – Portale Amministrazione Trasparente

OIV – Organismo Indipendente di Valutazione

SMVP – Sistema Misurazione e Valutazione delle Performance

PTTPC – Piano Triennale Trasparenza e Prevenzione della Corruzione

PIAO – Piano Integrato di Attività e Organizzazione

MIUR - Ministero Istruzione Università e Ricerca

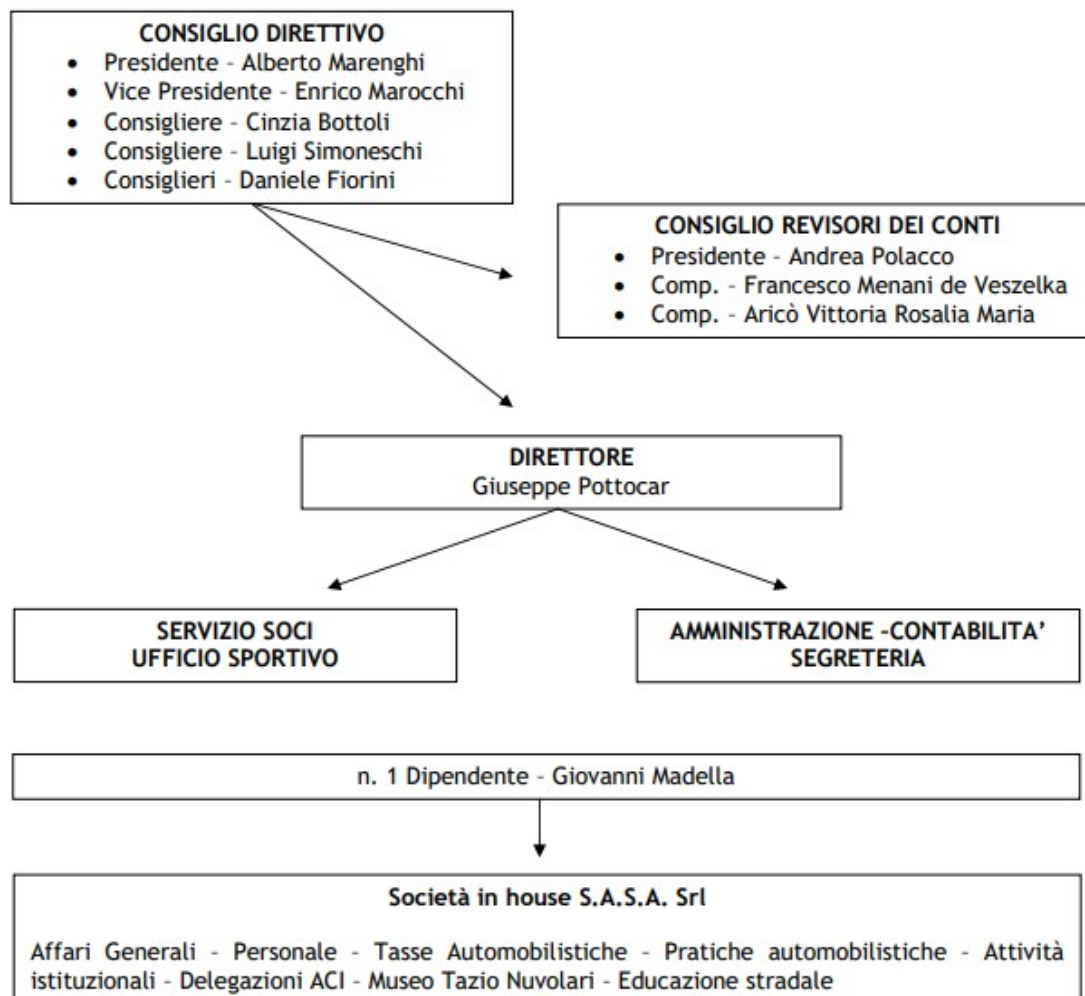
APPENDICE 3: ORGANIGRAMMA DELL'AMMINISTRAZIONE/ SETTORE



Automobile Club Mantova

Il Direttore

ORGANIGRAMMA



APPENDICE 4: GRAFICI E/O TABELLE CRITERIO 6, 7, 8 e 9

1. Tabella Monitoraggio Performance Automobile Club Mantova

SCHEDA MONITORAGGIO FINALE PERFORMANCE RESPONSABILE AC DI					MANTOVA	ANNO 2024			
Sezione A obiettivi di Performance Organizzativa dell'AC									
		Peso relativo	Peso	Indicatore	Fonte	Target assegnato	Target conseguito nel periodo	% Conseguitamento obiettivo rispetto al target	Peso ponderato
1	Progetto Evoluzione Digitale Museo Tazio Nuvolari	10%	50%	n. Digital Card Museo Tazio Nuvolari con QrCode dinamico e geolocalizzazione	Report Direttore	5.000	5.000	100,00%	10,00%
				n. contenuti digitali a supporto dell'evento nazionale "Ruote"		1	1	100,00%	
Obiettivi connessi agli obiettivi specifici di Federazione									
2	Concorrere al consolidamento e allo sviluppo quali/quantitativo della compagine associativa	45%		N. Soci da produzione diretta peso relativo 60%	data base Soci	6.856	6.667	97,24%	44,10%
				N. Soci fidelizzati peso relativo 30%		2.377	2.349	98,82%	
				% mail dei Soci acquisite nel 2024/totale della produzione peso relativo 10%		77	83	107,84%	
3	Concorrere allo sviluppo delle iniziative istituzionali in materia di sicurezza ed educazione stradale	30%		corsi in materia di educazione alla mobilità sicura e sostenibile per varie tipologie di utenti, in presenza o a distanza	Archivio Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo	5 : 100,00% 4 : 80,00% 3 : 60,00% 2 : 40,00% 1 : 20,00% 0 : 0,00%	5	100,00%	30,00%
4	Concorrere allo sviluppo delle iniziative in materia di promozione di Acì Storico	15%		N. attività di promozione di Acì Storico peso relativo 70%	Archivio Direzione per l'Educazione Stradale, la Mobilità e il Turismo	2	2	100,00%	15,00%
				1 evento "Ruote nella Storia" o "Ruote nella Storia Plus" peso relativo 30%	1	1	100,00%		
TOTALE peso ponderato Performance Organizzativa								49,65%	
Sezione B obiettivi di Performance individuale Direttore AC di MANTOVA									
Nome e Cognome:		GIUSEPPE POTTOCAR							
Obiettivi connessi agli obiettivi di performance organizzativa della struttura di diretta responsabilità			Peso						
come da scheda di Performance organizzativa			0%						
								49,65%	
Ulteriori obiettivi		Peso relativo	Peso	Indicatore	Fonte	Target assegnato	Target conseguito nel periodo	% Conseguitamento obiettivo rispetto al target	Peso ponderato
5	Migliorare la formazione e la crescita del capitale umano	30%		Definizione entro il 30 aprile, con il supporto specialistico della DRUO, di Piani formativi individuali per il personale delle aree di classificazione assegnato, anche con riferimento a specifici target o gruppi di dipendenti peso relativo 60%	Archivio DRUO	100,00%	100,00%	100,00%	18,00%
				Grado di partecipazione alle iniziative formative 2024 peso relativo 40%		100,00%	100,00%	100,00%	12,00%
6	Garantire la tempestività dei pagamenti delle transazioni commerciali	70%		Tempi medi di pagamento delle fatture commerciali in conformità ai criteri indicati all'art. 4-bis, comma 2, del DL n. 13/2023, con esclusione dei pagamenti effettuati mediante compensazione finanziaria delle rispettive posizioni creditricie	Sistema contabile-amministrativo AC	≤ 30 : 100,00% 31 ≤ X ≤ 35 : 90,00% 36 ≤ X ≤ 40 : 80,00% 41 ≤ X ≤ 50 : 70,00% 51 ≤ X ≤ 60 : 50,00% > 60 : 0,00%	21,4	100,00%	70,00%
TOTALE peso ponderato Ulteriori obiettivi individuali								50,00%	
TOTALE								69,65%	
Data e firma del Direttore 11/2/2025 F.to Dott. Giuseppe Pottocar									

2. TABELLA MONITORAGGIO PRODUZIONE ASSOCIATIVA



Produzione Soci Per L'AC DI MN, Data Operazione Dal 01/01/2025 Al 21/10/2025.

AC	DELEGAZIONE	DENOMINAZIONE	NUOVI	RINNOVI	NUMERO RECORD
001	002	Automobile Club Mantova	076	024	1000
001	008	Chioggia	10	000	000
001	010	Monte di Reggione C.C.	22	177	198
001	025	Acì Storico - Di Fabbro	10	76	88
001	027	Acì Storico - Di Fabbro	8	77	88
001	028	Acì Storico - Di Fabbro	10	208	227
001	029	Acì Storico - Di Fabbro	10	208	227
001	032	Acì Storico - Di Fabbro	20	26	88
001	033	Acì Storico - Di Fabbro	10	1000	1000
001	034	Acì Storico - Di Fabbro	100	100	888
001	037	Acì Storico - Di Fabbro	104	220	224
001	038	Acì Storico - Di Fabbro	10	104	100
001	040	Acì Storico - Di Fabbro	101	88	788
001	042	Acì Storico - Di Fabbro	20	214	242
001	043	Acì Storico - Di Fabbro	20	76	100
001	044	Acì Storico - Di Fabbro	10	202	207
Totale Record			680	680	

3. TABELLA MONITORAGGIO ATTIVITA' EDUCAZIONE STRADALE

Automobile Club d'Italia

Inserimento attività per MANTOVA anno: 2025

Data termine inserimento eventi: 31/01/2026

editoriale@ac.it

02 57494111

02 57494112

02 57494113

02 57494114

02 57494115

02 57494116

02 57494117

02 57494118

02 57494119

02 57494120

02 57494121

02 57494122

02 57494123

02 57494124

02 57494125

02 57494126

02 57494127

02 57494128

02 57494129

02 57494130

02 57494131

02 57494132

02 57494133

02 57494134

02 57494135

02 57494136

02 57494137

02 57494138

02 57494139

02 57494140

02 57494141

02 57494142

02 57494143

02 57494144

02 57494145

02 57494146

02 57494147

02 57494148

02 57494149

02 57494150

02 57494151

02 57494152

02 57494153

02 57494154

02 57494155

02 57494156

02 57494157

02 57494158

02 57494159

02 57494160

02 57494161

02 57494162

02 57494163

02 57494164

02 57494165

02 57494166

02 57494167

02 57494168

02 57494169

02 57494170

02 57494171

02 57494172

02 57494173

02 57494174

02 57494175

02 57494176

02 57494177

02 57494178

02 57494179

02 57494180

02 57494181

02 57494182

02 57494183

02 57494184

02 57494185

02 57494186

02 57494187

02 57494188

02 57494189

02 57494190

02 57494191

02 57494192

02 57494193

02 57494194

02 57494195

02 57494196

02 57494197

02 57494198

02 57494199

02 57494200

02 57494201

02 57494202

02 57494203

02 57494204

02 57494205

02 57494206

02 57494207

02 57494208

02 57494209

02 57494210

02 57494211

02 57494212

02 57494213

02 57494214

02 57494215

02 57494216

02 57494217

02 57494218

02 57494219

02 57494220

02 57494221

02 57494222

02 57494223

02 57494224

02 57494225

02 57494226

02 57494227

02 57494228

02 57494229

02 57494230

02 57494231

02 57494232

02 57494233

02 57494234

02 57494235

02 57494236

02 57494237

02 57494238

02 57494239

02 57494240

02 57494241

02 57494242

02 57494243

02 57494244

02 57494245

02 57494246

02 57494247

02 57494248

02 57494249

02 57494250

02 57494251

02 57494252

02 57494253

02 57494254

02 57494255

02 57494256

02 57494257

02 57494258

02 57494259

02 57494260

02 57494261

02 57494262

02 57494263

02 57494264

02 57494265

02 57494266

02 57494267

02 57494268

02 57494269

02 57494270

02 57494271

02 57494272

02 57494273

02 57494274

02 57494275

02 57494276

02 57494277

02 57494278

02 57494279

02 57494280

02 57494281

02 57494282

02 57494283

02 57494284

02 57494285

02 57494286

02 57494287

02 57494288

02 57494289

02 57494290

02 57494291

02 57494292

02 57494293

02 57494294

02 57494295

02 57494296

02 57494297

02 57494298

02 57494299

02 57494300

02 57494301

02 57494302

02 57494303

02 57494304

02 57494305

02 57494306

02 57494307

02 57494308

02 57494309

02 57494310

02 57494311

02 57494312

02 57494313

02 57494314

02 57494315

02 57494316

02 57494317

02 57494318

02 57494319

02 57494320

02 57494321

02 57494322

02 57494323

02 57494324

02 57494325

02 57494326

02 57494327

02 57494328

02 57494329

02 57494330

02 57494331

02 57494332

02 57494333

02 57494334

02 57494335

02 57494336

02 57494337

02 57494338

02 57494339

02 57494340

02 57494341

02 57494342

02 57494343

02 57494344

02 57494345

02 57494346

02 57494347

02 57494348

02 57494349

02 57494350

02 57494351

02 57494352

02 57494353

02 57494354

02 57494355

02 57494356

02 57494357

02 57494358

02 57494359

02 57494360

02 57494361

02 57494362

02 57494363

02 57494364

02 57494365

02 57494366

02 57494367

02 57494368

02 57494369

02 57494370

02 57494371

02 57494372

02 57494373

02 57494374

02 57494375

02 57494376

02 57494377

02 57494378

02 57494379

02 57494380

02 57494381

02 57494382

02 57494383

02 57494384

02 57494385

02 57494386

02 57494387

02 57494388

02 57494389

02 57494390

02 57494391

02 57494392

02 57494393

02 57494394

02 57494395

02 57494396

02 57494397

02 57494398

02 57494399

02 57494400

02 57494401

02 57494402

02 57494403

02 57494404

02 57494405

02 57494406

02 57494407

02 57494408

02 57494409

02 57494410

02 57494411

02 57494412

02 57494413

02 57494414

02 57494415

02 57494416

02 57494417

02 57494418

02 57494419

02 57494420

02 57494421

02 57494422

02 57494423

02 57494424

02 57494425

02 57494426

02 57494427

02 57494428

02 57494429

02 57494430

02 57494431

02 57494432

02 57494433

02 57494434

02 57494435

02 57494436

02 57494437

02 57494438

02 57494439

02 57494440

02 57494441

02 57494442

02 57494443

02 57494444

02 57494445

02 57494446

02 57494447

02 57494448

02 57494449

02 57494450

02 57494451

02 57494452

02 57494453

02 57494454

02 57494455

02 57494456

02 57494457

02 57494458

02 57494459

02 57494460

02 57494461

02 57494462

02 57494463

02 57494464

02 57494465

02 57494466

02 57494467

02 57494468

02 57494469

02 57494470

02 57494471

02 57494472

02 57494473

02 57494474

02 57494475

02 57494476

02 57494477

02 57494478

02 57494479

02 57494480

02 57494481

02 57494482

02 57494483

02 57494484

02 57494485

02 57494486

02 57494487

02 57494488

02 57494489

02 57494490

02 57494491

02 57494492

02 57494493

02 57494494

02 57494495

02 57494496

02 57494497

02 57494498

02 57494499

02 57494500

02 57494501

02 57494502

02 57494503

02 57494504

02 57494505

02 57494506

02 57494507

02 57494508

02 57494509

02 57494510

02 57494511

02 57494512

02 57494513

02 57494514

02 57494515

02 57494516

02 57494517

02 57494518

02 57494519

02 57494520

02 57494521

02 57494522

02 57494523

02 57494524

02 57494525

02 57494526

02 57494527

02 57494528

02 57494529

02 57494530

02 57494531

02 57494532

02 57494533

02 57494534

02 57494535

02 57494536

02 57494537

02 57494538

02 57494539

02 57494540

02 57494541

02 57494542

02 57494543

02 57494544

02 57494545

02 57494546

02 57494547

02 57494548

02 57494549

02 57494550

02 57494551

02 57494552

02 57494553

02 57494554

02 57494555

02 57494556

02 57494557

02 57494558

02 57494559

02 57494560

02 57494561

02 57494562

02 57494563

02 57494564

02 57494565

02 57494566

02 57494567

02 57494568

02 57494569

02 57494570

02 57494571

02 57494572

02 57494573

02 57494574

02 57494575

02 57494576

02 57494577

02 57494578

02 57494579

02 57494580

02 57494581

02 57494582

02 57494583

02 57494584

02 57494585

02 57494586

02 57494587

02 57494588

02 57494589

02 57494590

02 57494591

02 57494592

02 57494593

02 57494594

02 57494595

02 57494596

02 57494597

02 57494598

02 57494599

02 57494600

02 57494601

02 57494602

02 57494603

02 57494604

02 57494605

02 57494606

02 57494607

02 57494608

02 57494609

02 57494610

02 57494611

02 57494612

02 57494613

02 57494614

02 57494615

02 57494616

02 57494617

02 57494618

02 57494619

02 57494620

02 57494621

02 57494622

02 57494623

02 57494624

02 57494625

02 57494626

02 57494627

02 57494628

02 57494629

02 57494630

02 57494631

02 57494632

02 57494633

02 57494634

02 57494635

02 57494636

02 57494637

02 57494638

02 57494639

02 57494640

02 57494641

02 57494642

02 57494643

02 57494644

02 57494645

02 57494646

02 57494647

02 57494648

02 57494649

02 57494650

02 57494651

02 57494652

02 57494653

02 57494654

02 57494655

02 57494656

02 57494657

02 57494658

02 57494659

02 57494660

02 57494661

02 57494662

02 57494663

02 57494664

02 57494665

02 57494666

02 57494667

02 57494668

02 57494669

02 57494670

02 57494671

02 57494672

02 57494673

02 57494674

02 57494675

02 57494676

02 57494677

02 57494678

02 57494679

02 57494680

02 57494681

02 57494682

02 57494683

02 57494684

02 57494685

02 57494686

02 57494687

02 57494688

02 57494689

02 57494690

02 57494691

02 57494692

02 57494693

02 57494694

02 57494695

02 57494696

02 57494697

02 57494698

02 57494699

02 57494700

02 57494701

02 57494702

02 57494703

02 57494704

02 57494705

02 57494706

02 57494707

02 57494708

02 57494709

02 57494710

02 57494711

02 57494712

02 57494713

02 57494714

02 57494715

02 57494716

02 57494717

02 57494718

02 57494719

02 57494720

02 57494721

02 57494722

02 57494723

02 57494724

02 57494725

02 57494726

02 57494727

02 57494728

02 57494729

02 57494730

02 57494731

02 57494732

02 57494733

02 57494734

02 57494735

02 57494736

02 57494737

02 57494738

02 57494739

02 57494740

02 57494741

02 57494742

02 57494743

02 57494744

02 57494745

02 57494746

02 57494747

02 57494748

02 57494749

02 57494750

02 57494751

02 57494752

02 57494753

02 57494754

02 57494755

02 57494756

02 57494757

02 57494758

02 57494759

02 57494760

02 57494761

02 57494762

02 57494763

02 57494764

02 57494765

02 57494766

02 57494767

02 57494768

02 57494769

02 57494770

02 57494771

02 57494772

02 57494773

02 57494774

02 57494775

02 57494776

02 57494777

02 57494778

02 57494779

02 57494780

02 57494781

02 57494782

02 57494783

02 57494784

02 57494785

02 57494786

02 57494787

02 57494788

02 57494789

02 57494790

02 57494791

02 57494792

02 57494793

02 57494794

02 57494795

02 57494796

02 57494797

02 57494798

02 57494799

02 57494800

02 57494801

02 57494802

02 57494803

02 57494804

02 57494805

02 57494806

02 57494807

02 57494808

02 57494809

02 57494810

02 57494811

02 57494812

02 57494813

02 57494814

02 57494815

02 57494816

02 57494817

02 57494818

02 57494819

02 57494820

02 57494821

02 57494822

02 57494823

02 57494824

02 57494825

02 57494826

02 57494827

02 57494828

02 57494829

02 57494830

02 57494831

02 57494832

02 57494833

02 57494834

02 57494835

02 57494836

02 57494837

02 57494838

02 57494839

02 57494840

02 57494841

02 57494842

02 57494843

02 57494844

02 57494845

02 57494846

02 57494847

02 57494848

02 57494849

02 57494850

02 57494851

02 57494852

02 57494853

02 57494854

02 57494855

02 57494856

02 57494857

02 57494858

02 57494859

02 57494860

02 57494861

02 57494862

02 57494863

02 57494864

02 57494865

02 57494866

02 57494867

02 57494868

02 57494869

02 57494870

02 57494871

02 57494872

02 57494873

02 57494874

02 57494875

02 57494876

02 57494877

02 57494878

02 57

4 TABELLA MONITORAGGIO ATTIVITA' PROMOZIONE AUTOMOBILISMO STORICO

Automobile Club d'Italia

MANTOVA

Data termine inserimento eventi: 31/01/2026

Benvenuto: 747651

Riepilogo attività MANTOVA per l'anno 2025

Obiettivo AC	Num. Eventi Ruote nella Storia	Num. Attività Comunicazione	Tot. Partecipanti	Tot Attività Valide	% Ragg. Obiettivo	Obiettivo Raggiunto	Convalidato
3	1	3	360	3	100	SI	0

Convalida Attività Anno

Esporta Attività

Elenco Attività / Eventi inseriti

Data Attività	Attività	Provincia	Comune	Partecipanti	Club Affiliati / Altri Enti- Associazioni	Automobili	Soci ACI Partecipanti	Evento Svolto	Iscriz.ne Calendario Sportivo	Valido	
☐	25/01/2025	Attività di comunicazione	Mantova	Mantova	82		0	0		☒	
☐	05/03/2025	Attività di comunicazione	Mantova	Mantova	103		0	0		☒	
☐	06/04/2025	Ruote nella Storia	Mantova	Volta Mantovana	55	Comune di Mantova, Comune di Volta Mantovana, Museo Palazzo Ducale di Mantova, Automobile Club Mantova, Club ACI Storico, Museo Tazio Nuvolari, Club 8Volanti Tazio Nuvolari, Provincia di Mantova, Comune di San Benedetto Po (MN)	30	30	☒	☒	☒
☐	12/06/2025	Attività di comunicazione	Mantova	Porto Mantovano	120		0	0		☒	

5 TABELLA MONITORAGGIO TASSI ASSENZA DEL PERSONALE

Struttura	Anno	Periodo	% Presenza	% Assenza totale
Automobile Club Mantova	2025	Giugno	88.89	11.11
Automobile Club Mantova	2025	Maggio	89.47	10.53
Automobile Club Mantova	2025	Aprile	66.67	33.33
Automobile Club Mantova	2025	Marzo	88.89	11.11
Automobile Club Mantova	2025	Febbraio	75.00	25.00
Automobile Club Mantova	2024	Dicembre	57.14	42.86
Automobile Club Mantova	2024	Novembre	57.14	42.86
Automobile Club Mantova	2024	Ottobre	95.45	4.55
Automobile Club Mantova	2024	Settembre	68.75	31.25
Automobile Club Mantova	2024	Agosto	100.00	
Automobile Club Mantova	2024	Luglio	78.95	21.05
Automobile Club Mantova	2024	Giugno	88.89	11.11
Automobile Club Mantova	2024	Maggio	95.24	4.76
Automobile Club Mantova	2024	Aprile	82.35	17.65
Automobile Club Mantova	2024	Marzo	88.89	11.11
Automobile Club Mantova	2024	Febbraio	83.33	16.67
Automobile Club Mantova	2024	Gennaio	10.00	90.00
Automobile Club Mantova	2023	Dicembre	12.50	87.50
Automobile Club Mantova	2023	Novembre	100.00	

6 TABELLA MISURAZIONE INDICE TEMPESTIVITA' PAGAMENTI



AUTOMOBILE CLUB MANTOVA

AUTOMOBILE CLUB MANTOVA

INDICATORE DEI TEMPI MEDI DI PAGAMENTO

INDICATORE DELLA TEMPESTIVITA' DI PAGAMENTO DEI FORNITORI DELLE PP.AA. PER ACQUISTI DI BENI, SERVIZI E FORNITURE DI CARATTERE COMMERCIALE

Pubblicazione ai sensi degli artt.9 e 10 del DPCM del 22.09.2014 e del decreto legislativo n.33 del 14.03.2013

Periodo dal 01/07/2025 al 30/09/2025

ANNO	N.ro pagamenti 2025 per forniture di beni e servizi	Calcolo dell'indicatore	Indicatore trimestrale della tempestività dei pagamenti AUTOMOBILE CLUB MANTOVA
2025	36	Media dei tempi tra la data di scadenza del debito e quella dell'effettivo pagamento , ponderata in funzione degli importi pagati	- 12,92