Automobile Club Ravenna

AUTOMOBILE CLUB RAVENNA

PIANI E PROGRAMMI PER L'ANNO 2027

QUADRO METODOLOGICO E LINEE DI INDIRIZZO

Il Piano generale delle attività, proposto all'approvazione degli Organi dell'Ente, definisce gli obiettivi generali, i piani ed i programmi di attività dell'Ente per l'anno 2027. È stato redatto in conformità alle disposizioni dell'articolo 12 del Regolamento di Amministrazione e Contabilità.

La predisposizione del Piano generale delle attività costituisce uno snodo essenziale nell'attività di programmazione strategica dell'Ente e della Federazione e tiene altresì conto delle linee guida della Funzione Pubblica sul ciclo di gestione della performance.

Il Piano generale delle attività indica, quindi, gli obiettivi, i programmi, i progetti e le attività che l'Automobile Club intende conseguire ed attuare, oltre alle risorse di budget necessarie per la realizzazione dei piani, nonché i benefici in termini di efficacia ed efficienza che si intendono ottenere. Tutto ciò viene integrato a livello di Federazione al fine di produrre il piano della performance e coordinare le varie attività verso gli obiettivi e gli indirizzi fissati a livello nazionale. La coerenza dei vari progetti è garantita dallo sviluppo, in sede assembleare, di apposite direttive e linee guida che rendono organiche le elaborazioni locali.

Dal punto di vista metodologico, il Piano generale delle attività deve individuare proposte operative che garantiscano la sintesi e l'equilibrio tra diverse componenti: innovatività, coerenza con gli obiettivi strategici della Federazione, coerenza con le risorse economiche, finanziarie ed organizzative dell'Ente, realizzabilità tecnica e gestionale.

Recependo le direttive generali in materia di indirizzi strategici della Federazione, come previsto dalla delibera CIVIT (ora ANAC) n. 11/2013 in tema di applicazione del d.lgs. N. 150/2009, che prevede la redazione, da parte dell'Amministrazione centrale, di un unico Piano della Performance, l'AC Ravenna si propone di rafforzare e consolidare il proprio ruolo di interlocutore centrale di rappresentanza degli automobilisti e dei loro diritti ed interessi, di valorizzare il ruolo istituzionale nel settore della sicurezza e dell'educazione stradale, nonché di potenziare l'attività di comunicazione esterna ponendosi in maniera competitiva sul mercato di riferimento ed offrendo all'utenza servizi sempre più efficienti ed accessibili.

In particolare, per l'anno 2027, il Piano Generale delle attività recepisce le indicazioni operative fornite dalla Segreteria Generale Aci con apposita lettera circolare prot. n. AB4176E/0000683/26 del 21/10/2026 e con nota del Segretario Generale prot. n. ADEC995/0001466/26 del 30 aprile 2026, per fornire prime indicazioni utili ai fini della pianificazione degli AC, in coordinamento con la pianificazione dell'ACI.

Allo stato risultano formulate dalle strutture centrali, in sostanziale continuità rispetto al corrente anno, le seguenti proposte di iniziative per gli AACC:

Progetto 1: Rafforzare e promuovere l'associazionismo

Progetto 2: Uniformare le procedure per la gestione dei rapporti tra gli AC e la Rete territoriale della federazione;

Progetto 3: Realizzare sul territorio le iniziative in materia di educazione e formazione ad una mobilità sicura, responsabile, sostenibili, accessibile ed inclusiva;

Progetto 4: Valorizzare il patrimonio storico e culturale dei veicoli storici e realizzare iniziative in materia di promozione di ACI Storico;

Progetto 5: Promuovere e diffondere in ambito federativo la cultura della qualità, incentrata sul modello CAF e sulla procedura di certificazione europea CEF (CAF Excellence Recognition);

Progetto 6: Collaborare alla redazione del Bilancio Sociale ACI 2026.

ANALISI DEL CONTESTO ECONOMICO E DEL MERCATO AUTOMOBILISTICO LOCALE (PROVINCIA DI RAVENNA)

La programmazione delle attività per il 2027 si inserisce in un quadro economico-sociale provinciale che mostra un andamento a due velocità. Da un lato, il sistema produttivo locale evidenzia una solida tenuta: il valore aggiunto della provincia segna una crescita dello 0,4%, trainato dal comparto manifatturiero (+2,3%) e dalle costruzioni (+1,9%). Ottimi anche gli indicatori dell'export (+4,9%, sopra la media regionale) e della logistica legata al Porto di Ravenna, che registra un incremento dei traffici del 5,9%.

Di contro, si rileva una contrazione dei consumi interni, con il commercio al dettaglio in flessione dello 0,9%. Questo dato riflette la forte prudenza delle famiglie ravennati nelle spese, condizionate dal costo della vita. Sul piano occupazionale, a fronte di oltre 10.000 assunzioni programmate dalle imprese, persiste un forte disallineamento per la difficoltà di reperimento del personale.

Il comparto automobilistico locale risente direttamente di questa polarizzazione economica. Dopo la contrazione registrata nel periodo precedente (con le immatricolazioni scese a 9.630 totali in provincia), il mercato mostra dinamiche di profonda trasformazione.

Transizione energetica locale: nel territorio comunale si assiste ad una netta accelerazione dei veicoli full electric (BEV), le cui immatricolazioni sono più che raddoppiate nel confronto annuale (passando da 109 a 255 unità), spinte dalla ricerca di alternative al caro carburante (in particolare il diesel).

Nuovi brand di mercato: il dato macroscopico a livello provinciale è l'exploit dei marchi cinesi che, con circa 850 immatricolazioni su un volume totale provinciale di circa 6.800 veicoli nel periodo di riferimento, hanno conquistato una quota record del 12,5% del mercato ravennate, intercettando la richiesta locale di un elevato rapporto qualità-prezzo a fronte di budget privati più contratti.

LINEE STRATEGICHE ED OPERATIVE PER L'ANNO 2027

La programmazione dell'Ente, dovendo conciliare il piano di attività con il bilancio, a garanzia dell'equilibrio economico-finanziario, persegue la via del consolidamento e dello sviluppo efficiente delle attività istituzionali e commerciali di routine. In un'ottica di gestione prudenziale e di sostenibilità organizzativa, l'AC Ravenna limiterà il Piano Generale delle Attività al recepimento delle iniziative deliberate a livello di Federazione, partecipando alle progettualità del PIAO approvato da ACI per la parte di competenza.

In stretta sinergia con la Società "in house" Acitour Service Srl ed in coerenza con il Budget annuale 2027, le linee strategiche saranno così articolate:

AREA ISTITUZIONALE

Ufficio Soci

In risposta alla lieve flessione dei consumi delle famiglie (-0,9%), le prospettive di rilancio per l'anno 2027 punteranno su mirate azioni di fidelizzazione e sull'acquisizione di nuovi soci attraverso campagne focalizzate su servizi ad alto valore percepito e di utilità quotidiana, primo fra tutti il servizio "Bollo Sereno".

Sarà attribuita particolare attenzione allo sviluppo di nuove forme di comunicazione rivolte ai Soci, finalizzate al consolidamento dell'identità associativa ed al superamento del collegamento della tessera ACI al mero concetto di emergenza su strada. Per intercettare le fasce di età più giovani, l'Ente

investirà nell'ottimizzazione dei canali social network. In parallelo, proseguirà la formazione continua sui valori del prodotto associativo per gli addetti di tutti gli uffici di Sede.

Educazione Stradale, Eventi Sportivi Istituzionali, ACI Storico

L'intento per il 2027 è di raggiungere un elevato standard qualitativo nelle attività di divulgazione in materia di educazione stradale e mobilità sicura, con un focus mirato verso la transizione energetica, che sta modificando il parco circolante locale (come dimostra il raddoppio delle auto BEV in città). Sul fronte della valorizzazione del patrimonio motoristico, si programma di realizzare, anche per il 2027, l'evento ACI Storico "Ruote nella Storia", consolidando il legame culturale con il territorio provinciale.

AREA COMMERCIALE

Assistenza Automobilistica

L'attività di assistenza automobilistica (Ex Legge n. 264/91) si confronta oggi con un mercato dell'auto locale che si muove su volumi inferiori rispetto al passato. Per l'anno 2027 l'obiettivo è mantenere i livelli attualmente consolidati, valorizzando il pieno recepimento delle procedure telematiche del Documento Unico (D.L. 98). Proseguirà l'aggiornamento costante del personale addetto per trasformare i mutamenti del mercato (quali l'ingresso dei nuovi brand e l'incremento delle auto elettriche) in opportunità di consulenza specializzata e rapida per la clientela.

Delegazione di Città (Focus Strategico Fornace Zarattini)

L'ottimizzazione ed il potenziamento dell'ufficio di Fornace Zarattini rappresentano la principale priorità commerciale dell'Ente per l'anno 2027. Gestita direttamente da Acitour Service Srl, la delegazione beneficerà di un piano straordinario di potenziamento dei servizi all'utenza e di formazione specialistica del personale incaricato.

Questa scelta strategica poggia sulla straordinaria ubicazione dell'ufficio, situato nel cuore pulsante del distretto automobilistico di Ravenna, che ospita i maggiori rivenditori, concessionari e saloni auto e moto della città. Nel contesto attuale, caratterizzato dalla forte ascesa dei brand emergenti e cinesi (che detengono il 12,5% del mercato provinciale) e dalla rapida crescita delle motorizzazioni elettriche, lo "sportello di città" di Fornace Zarattini si posiziona come il partner operativo ideale e immediato sul territorio. L'obiettivo per il 2027 è duplice:

- consolidare i rapporti con i concessionari della zona per l'espletamento rapido delle pratiche di immatricolazione e voltura legate ai nuovi marchi.

- intercettare direttamente i privati acquirenti nel momento stesso dell'acquisto del veicolo, proponendo i servizi di consulenza dell'Ente e l'adesione immediata ai programmi associativi ACI.

Ufficio Marketing

Il Responsabile dell'Ufficio Marketing per l'anno 2027 avrà il compito di supportare le azioni commerciali esterne dell'Ente e, in particolar modo, di guidare lo sviluppo della Delegazione di Fornace Zarattini. In stretta sinergia con la Direzione e con Acitour Service Srl, l'ufficio strutturerà campagne pubblicitarie mirate e azioni di geofencing commerciale per valorizzare i servizi di tutela tradizionali e, al contempo, per promuovere pacchetti integrati capaci di dialogare con i nuovi acquirenti di veicoli elettrici e a basso impatto ambientale, posizionando l'Automobile Club Ravenna come punto di riferimento competitivo per la nuova mobilità provinciale.

L'Ufficio Marketing per l'anno 2027 avrà il compito di guidare le azioni commerciali dell'Ente agendo su una duplice leva: la promozione esterna ed il potenziamento della rete interna. In stretta sinergia con la Direzione e con Acitour Service Srl, l'ufficio coordinerà le seguenti attività strategiche:

- ulteriore sviluppo della Delegazione di Fornace Zarattini attraverso campagne pubblicitarie mirate e azioni di marketing geolocalizzato, per intercettare nuovi clienti del polo dei concessionari;
- potenziamento delle Delegazioni Indirette della Provincia, grazie all'Ufficio Marketing che strutturerà un piano di formazione periodico e capillare rivolto a tutte le delegazioni del territorio provinciale, in sinergia con l'account di ACI Mobility. L'obiettivo primario sarà il trasferimento di competenze tecniche e commerciali incentrate sul "prodotto associativo". Il personale delle delegazioni indirette verrà formato per valorizzare i vantaggi della tessera ACI in chiave di consulenza e non di semplice vendita, fornendo loro gli strumenti di marketing necessari per superare le obiezioni del cliente, presentare l'esclusività dei servizi e incrementare in modo diffuso e costante le quote di tesseramento sul mercato locale.
- Campagne targettizzate con creazione di materiale promozionale e strategie digitali capaci di dialogare sia con l'utenza tradizionale sia con i nuovi acquirenti di veicoli elettrici o di brand emergenti, posizionando la tessera ACI come un elemento indispensabile di tutela per la nuova mobilità provinciale.

Attività Assicurativa (Collaborazione ACI/SARA)

L'attività assicurativa si mantiene in linea con gli obiettivi prefissati dal budget dell'Ente. Per l'anno 2027, la storica sinergia strategica tra l'Automobile Club e Sara Assicurazioni dovrà essere declinata

in modo ancora più incisivo sul territorio provinciale. L'obiettivo primario è fare in modo che la collaborazione con la compagnia ufficiale del Club non si limiti all'incremento del portafoglio polizze, ma si trasformi in un canale sistematico di cross-selling per l'aumento della compagine associativa, legando i vantaggi assicurativi al possesso della tessera ACI.

Parallelamente, per coprire in modo capillare il mercato cittadino e rispondere alle esigenze di consulenza di un parco automobilistico in forte evoluzione, l'Ente proseguirà attivamente la ricerca di un agente qualificato finalizzata all'apertura di una nuova agenzia a Ravenna, potenziando la presenza del brand Sara sul territorio.

AREA COMUNICAZIONE, PUBBLICITÀ E SERVIZI DIGITALI

L'anno 2027 vedrà il pieno consolidamento del nuovo sito web istituzionale dell'Ente, uno strumento moderno e accessibile che rappresenta una svolta nella comunicazione digitale del Club. Il nuovo portale web sarà sfruttato al massimo per migliorare l'esperienza dell'utente, facilitare l'accesso ai servizi e supportare la trasparenza amministrativa. La sezione "Amministrazione Trasparente" sarà costantemente presidiata e aggiornata in totale ottemperanza alle disposizioni vigenti in materia di prevenzione della corruzione e della trasparenza (Delibere ANAC).

La strategia pubblicitaria per il 2027 integrerà i canali tradizionali con le potenzialità dei nuovi strumenti digitali, calibrando i messaggi sul contesto socio-economico locale.

Stampa locale: viene confermata l'azione pubblicitaria sui quotidiani a diffusione locale, privilegiando una formula orientata a contenuti redazionali e di approfondimento. Questa presenza servirà ad incrementare l'autorevolezza dell'Automobile Club Ravenna sui temi della mobilità, della sicurezza stradale e dei diritti degli automobilisti.

Social Media Marketing: in stretta sinergia con il piano formativo delle delegazioni, verrà implementata una gestione più intensa, puntuale e professionale del profilo istituzionale Facebook (e degli altri canali social). L'obiettivo è duplice: da un lato, agganciare le fasce di età più giovani attraverso campagne mirate sul valore della tessera ACI; dall'altro, fare da volano al traffico verso il nuovo sito web, promuovendo i servizi di punta (come "Bollo Sereno") e le eccellenze commerciali del territorio, a partire dal polo di Fornace Zarattini.

Ravenna, 26 ottobre 2026

Il Direttore ad interim

Dott.ssa Simona Fanelli