

Programma elettorale per il quadriennio 2021-2024

Cercherò di tracciare in maniera sintetica il mio programma da proporVi per il prossimo quadriennio, per punti iniziando dalla comunicazione.

COMUNICAZIONE

Negli ultimi 4 anni è fortemente cresciuto il livello di notorietà e autorevolezza di ACI, ossia la nostra immagine presso gli italiani, come certificato dalle ricerche dell'Istituto Piepoli. È aumentata la conoscenza dell'ACI e in particolare la considerazione di ACI quale protagonista di tutti gli aspetti del mondo dell'auto e della mobilità.

È avvenuto perché abbiamo ripreso a parlare, a comunicare, con i tanti argomenti che possediamo e sviluppiamo.

Ci siamo riusciti con campagne di comunicazione di successo, quella del 2018 è stata pluripremiata a livello internazionale, mentre l'ultima di poche settimane fa ha già ricevuto un plauso unanime. Poi grazie all'incontro con milioni di cittadini nei grandi eventi presidiati, dal Meeting di Rimini al Giro d'Italia di Ciclismo, con la creazione di un rapporto proficuo e costante con il sistema mediatico, che oggi ci considera punto di riferimento sui temi automobilistici e della mobilità.

Un lavoro senza sosta che ha prodotto il rilancio della nuova edizione de *l'Automobile*, giunta al 48esimo numero (primo numero novembre 2016) con l'edizione cartacea con oltre 180 mila copie e quella digitale che raggiunge sempre più lettori ogni giorno e che, con la sua peculiare linea editoriale, stimola e influenza il dibattito sul mondo dell'auto e della mobilità.

Sempre con una visione rivolta al futuro, abbiamo identificato e perseguito la nostra strategia digitale, aprendo il profilo ACI sulle diverse piattaforme social (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn) per alimentare un costante rapporto con gli italiani, dagli appassionati a chi ha bisogno di informazioni corrette sulla guida e la sicurezza, e soprattutto per riprendere il dialogo con i più giovani, nel loro linguaggio e nell'universo del web da loro frequentato. Una strategia per il web che prosegue e ora ci vede impegnati a sostenere la comunicazione digitale di tutti gli Aa.Cc. per un rapporto sempre più stretto con i loro territori e le comunità di riferimento.

Infine, abbiamo operato per rafforzare l'appealing globale del movimento automobilistico, dal GP d'Italia di F1 di Monza alle manifestazioni sportive delle auto storiche, accrescendo gli spettatori nelle competizioni, la visibilità sui media nazionali e internazionali, il prestigio internazionale del nostro Paese.

Ci siamo riusciti perché con tutti i Presidenti degli AA.CC. abbiamo lavorato insieme e grazie alla loro passione, al loro contributo e coinvolgimento, al loro lavoro quotidiano.

PRA

Il quadriennio 2016 – 2020 ha visto una progressiva ripresa del mercato automobilistico (almeno fino al 2019) che si è tradotta in un crescente aumento sia del numero di formalità registrate al PRA, che dei servizi commerciali di fornitura dati e dei conseguenti incassi fino ad arrivare alla complessiva cifra record di ca. € 287 MLN nel 2019.

Questa ritrovata situazione di stabilità economica, dopo l'intervenuto aumento della Tariffa PRA avvenuto nel 2013, ha ridato ossigeno alla gestione corrente valorizzando, in modo congruo, il reale valore dei servizi PRA.

In questi anni è continuata la "battaglia" per la tenuta e lo sviluppo dell'istituto del PRA in considerazione del convincimento, condiviso da tutta la Federazione, che il PRA è l'architrave che necessariamente, sostiene l'intero sistema ACI.

Per tale motivo, dal 2017, tutti gli sforzi sono concentrati sul D.Lgs. n. 98/2017 che disciplina le procedure per la graduale introduzione del Documento Unico, entrato in vigore il 4 maggio u.s. e che andrà a regime entro il 31 ottobre 2020.

Al riguardo, decisiva è la partecipazione di ACI in senso al Comitato Tecnico Permanente, istituito c/o il MIT, che ha il compito di "accompagnare", sotto il profilo operativo, questa importante riforma del settore automobilistico in chiave digitale e quindi in linea anche con i recenti indirizzi governativi volti alla massima digitalizzazione dei processi per semplificare gli adempimenti sia dei cittadini, che degli operatori/impresе.

Peraltro, la partecipazione al suddetto CTP ha consentito di ricostruire un positivo e collaborativo rapporto con lo stesso MIT e la Direzione Generale per la Motorizzazione che, per lustri, si era arenato ad una sterile contrapposizione tra due Amministrazioni, impedendo di evolvere in senso positivo procedure per gli automobilisti obsolete di 20 anni.

A proposito di digitalizzazione dei processi ACI, dal 2016, ha intrapreso un positivo percorso sviluppando APP gratuite come ACI Space che offre a tutti gli Automobilisti un insieme di servizi che garantiscono una mobilità sicura e informata (c.a.1MLN di download) o piattaforme come Auto 3D che aiutano gli automobilisti nella scelta, nell'acquisto e nella gestione di un veicolo, ovvero uno spazio digitale sicuro dove il garante delle informazioni e delle interazioni è ACI con la sua tradizione , il suo presidio territoriale e tutto il suo *know how*.

Questi fattori distintivi di ACI (capacità innovativa competenze, autorevolezza, ecc) hanno indotto il Ministero dell'Interno ad affidare all'Ente la gestione di un nuovo Archivio, ai fini fiscali e di sicurezza, dei veicoli con targa estera ma condotti da persone residenti anagraficamente in Italia da più di 30 giorni (cd. fenomeno della estero – vestizione).

Il provvedimento normativo avrebbe dovuto vedere la luce entro il primo semestre 2020 ma, a causa dell'emergenza COVID, non è stato ancora emanato.

La gestione di tale Archivio, che si avvarrà dell'impianto informatico del PRA, comporterà nuove entrate per ACI, non dipendenti dall'andamento del mercato dell'auto, stimate in alcuni MLN di Euro, perché la norma prevederà che per ogni operazione di registrazione venga applicata una Tariffa simile a quella del PRA.

Sotto il profilo delle entrate particolare attenzione bisognerà prestare al percorso di emanazione del Decreto interministeriale (con parere delle competenti Commissioni parlamentari) che dovrà introdurre la Tariffa unica per il rilascio del Documento Unico, prevista dall'art. 2 c. 1 del citato D.Lgs.n. 98/2017 .

La Tariffa unica conterrà una quota di pertinenza ACI (oltre a quella di competenza MIT) che assorbirà gli attuali emolumenti previsti dalla Tariffa PRA.

Nella analisi propedeutica alla predisposizione dello schema del suddetto Decreto interministeriale (analisi che, per fortuna verrà svolta dal CTP e quindi con la partecipazione anche di ACI) bisognerà tenere conto dell'impatto economico sull'Ente derivante dalla adozione del Documento Unico, della proiezione dei costi e degli investimenti che ACI dovrà continuare a sostenere anche nei prossimi anni , dell'andamento delle formalità PRA e delle aspettative relative al mercato dell'auto, come noto entrato in crisi nel 2020.

ACI si batterà affinché la Tariffa unica, (al pari della attuale Tariffa PRA) garantisca all'Ente la prosecuzione dei propri piani di sviluppo dei servizi e, in generale delle attività.

FISCALITÀ

Sul fronte della fiscalità dell'auto molto è stato fatto in questi anni per consolidare i rapporti di cooperazione in essere con le Regioni e le Provincie Autonome Convenzionate ed ampliare sia l'ambito ~~cooperative~~ con nuove

funzioni, sia quello degli Enti aderenti, in un contesto complesso dal punto di vista normativo e fortemente competitivo.

A tal fine è stato mantenuto negli anni un alto livello di progettualità e sviluppo di servizi innovativi dedicati alle PPAA ed ai cittadini e sono state rafforzate le collaborazioni con l'AGID (ora PagoPA Spa), l'Agenzia delle Entrate, il Ministero delle Finanze ed il Ministero degli Interni.

E' stato inoltre affrontato e risolto con un parere favorevole dell'Agenzia delle Entrate, il problema dell'applicabilità dell'IVA ai rapporti di cooperazione con le Regioni e Province Autonome, consentendo risparmi per ca. 3 milioni di euro.

L'alto livello di professionalità e specializzazione raggiunto in questi anni ed il continuo sviluppo di soluzioni tecnologiche all'avanguardia, ci ha consentito di acquisire la gestione dell'archivio tributario della Regione Toscana e della Regione Lombardia e di prestare la nostra cooperazione, con quest'ultima, anche sul fronte IPT ed su altri servizi riguardanti la mobilità regionale ad ampio valore aggiunto.

Sono stati altresì digitalizzati, in attuazione del Codice dell'Amministrazione Digitale, tutti i processi di gestione della tassa auto a beneficio delle Amministrazioni, delle reti di riscossione ed assistenza e dei cittadini.

Una vera rivoluzione ha invece riguardato la riscossione delle tasse automobilistiche.

Con l'entrata in vigore della piattaforma dei pagamenti della PA denominata pagoPA la rete delle Delegazioni AC rischiava di perdere uno dei servizi di punta della rete (per numerosità di accessi e corrispettivi). Il rischio è stato scongiurato grazie ad una complessa operazione che ha portato le Delegazioni ad essere terminali di Prestatori di Servizi di Pagamento (gli unici abilitati dalla riforma ad incassare), mantenendo il servizio allo sportello con gli alti livelli di competitività degli anni precedenti. L'operazione ha inoltre consentito di erogare i servizi di incasso anche con la moneta elettronica a costo zero, eliminare o ridurre fortemente le fidejussioni richieste ed ampliare la gamma dei servizi offerti. Infine ma non meno importante, grazie alla liberalizzazione del corrispettivo per la riscossione ed alla riduzione dei costi di gestione ACI ed ACI Informatica, il corrispettivo per il delegato su ogni riscossione è stato incrementato di 0,30 € (nel 2020 il fatturato atteso per la riscossione delle delegazioni sarà di oltre 23 milioni di euro, mentre il corrispettivo atteso per gli AACC per l'attività di coordinamento sarà di ca. 2 milioni di euro).

PagoPA ha visto ACI impegnato, insieme ad AGID, anche sul fronte dello sviluppo di servizi essenziali per rendere operativa e performante la piattaforma dei pagamenti sul fronte tasse automobilistiche, come pago Bollo. Pago Bollo è stato adottato con convenzione o delibera da tutte le Regioni, dalle due Province Autonome di Trento e Bolzano e dall'Agenzia delle Entrate per la riscossione della tassa automobilistica con Delibera della Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province Autonome nel giugno del 2018. Oggi tutte le operazioni di incasso della tassa automobilistica passano dal sistema informativo dell'ACI e sono controllate sulla base dei dati del Pubblico Registro Automobilistico. L'operazione pago Bollo si è dimostrata strategicamente vincente. Il suo successo operativo e l'adesione ad esso da parte di tutte le Amministrazioni (anche quelle non convenzionate con ACI) ha probabilmente convinto il legislatore ad affidare ad ACI la gestione dell'Archivio Nazionale delle Tasse Automobilistiche operato con l'articolo 51, comma 1 e 2 bis della Legge 157 2019. La norma stabilisce anche che tutte le Amministrazioni titolari della tassa automobilistica devono trasmettere i dati dei loro archivi al sistema informativo del pubblico registro automobilistico, in tal modo rafforzando il ruolo del PRA nel nostro panorama istituzionale. Un riconoscimento alla competenza di ACI, la cui portata, sul fronte dei servizi cd delegati, è ampia e complessa e non del tutto ancora valorizzata (sono in corso progetti, iniziative e tavoli con molte amministrazioni), e che ricolloca ACI, dopo anni di lavoro ed investimenti, di nuovo al centro del governo del sistema.

All'archivio previsto dall'articolo 51 infatti il legislatore ha attribuito con legge subito nuove competenze come quella relativa alla gestione delle auto in noleggio lungo termine, mentre sono in discussione ulteriori affidamenti.

Queste iniziative, lo sottolineavo pocanzi, non solo consolidano il ruolo di ACI sul fronte della fiscalità dell'auto, ma riconoscono al PRA, dopo anni di sottrazioni, nuove ed importanti competenze, rendendolo sempre di più l'archivio di riferimento per la gestione della mobilità.

Tutto questo mentre si susseguono le iniziative giudiziarie per limitare il ruolo di ACI come PA nella gestione delle tasse automobilistiche. Ma anche su questo fronte il legislatore ha ritenuto di chiarire l'importante ed insostituibile ruolo di ACI, prevedendo con una apposita norma di legge (articolo 51, comma 2 ter L 157 2019) che le Amministrazioni titolari del tributo possano continuare ad affidare ad ACI la gestione dell'archivio delle tasse automobilistiche con apposito disciplinare. Sulla scorta di tale disposizione le Regioni Lombardia, Liguria e Basilicata (che avevano la convenzione in scadenza) hanno già confermato la prosecuzione della cooperazione con ACI.

SOCI

Nel corso del mandato che sta per concludersi è stata impressa un'accelerazione alle attività associative che ha portato agli eclatanti risultati dello scorso anno, quando è stato registrato un aumento delle tessere pari al 2.7% (in termini di produzione complessiva, che ricomprende le tessere Facile Sarà), che ha riportato la Federazione a superare il milione di soci. Il dato è ancora più rilevante si parla di produzione diretta della rete (solo AC e delegazioni) che si è attestata su una crescita del 3,3%.

Questo risultato, ampiamente superiore alle aspettative, è stato frutto di un grande lavoro di squadra tra la direzione centrale competente e le società del gruppo affidatarie dei servizi, che operano sia sul contenuto delle tessere che sulla rete, nonché di una strategia di riposizionamento basata su tre asset principali:

- l'incentivazione della Federazione: nel corso dell'ultimo triennio sono stati investiti a favore degli AC circa 9,5 milioni di euro;
- il miglioramento del prodotto associativo grazie all'individuazione di nuovi servizi ed al miglioramento degli esistenti;
- il coinvolgimento della rete di vendita con l'istituzione di gruppi di lavoro e l'organizzazione di convention motivazionali, oltre al supporto della rete degli account territoriali messi a disposizione da ACI.

Tutto il lavoro degli ultimi anni è stato basato sulla centralità degli Automobile Club e delle delegazioni, improntato all'obiettivo di portare valore alla Federazione.

Il prossimo mandato, se mi riconfermerete, proseguirà su questo percorso virtuoso, confermando l'impegno economico a favore degli AACC e continuando ad agire sulle leve del prodotto, del canale di vendita e della comunicazione.

In particolare:

- è allo studio una tessera top di gamma, dai contenuti altamente innovativi, che andrà a sostituire l'attuale tessera Gold, troppo simile alla Sistema;
- verrà reingegnerizzato, con il supporto di consulenza specialistica, il prodotto per le aziende, per renderlo più aderente ai nuovi trend di mercato e più ricco di servizi e contenuti più flessibili e vicini alle esigenze delle aziende, degli enti locali e delle associazioni;

- sarà definito un prodotto "giovani", previa selezione di servizi che possano incontrare il reale gradimento da parte del target in esame;
- continueranno con sempre maggiore impegni gli interventi formativi e di affiancamento alla rete;
- verranno pianificati campagne di comunicazione sul prodotto televisive, radiofoniche, social e sul punto vendita; al riguardo si specifica che nell'ultimo triennio sono stati investiti oltre 1,9 milioni di euro in campagne di comunicazione a favore della rete.
- si agirà, ai fini di un'affiliazione all'ACI, con uno strumento in sperimentazione presso l'AC di Torino che non prevede il diritto di voto, sui flussi di clientela che giornalmente visitano i nostri uffici, per valorizzare il ruolo di ACI nel settore della mobilità. Questo ambizioso progetto consentirà, se il test darà un riscontro positivo, di disporre di un'ampia base di anagrafiche certificate, appartenenti al target *prospect*, che permetterà di sviluppare attraverso la dinamica *freemium* (cd "amico dell'ACI"), un rinnovato bacino di clientela in condizioni di evolvere – grazie a campagne di marketing orientate – verso un prodotto associativo completo ed a maggior valore aggiunto.

TURISMO

Questa area di fondamentale attività per tutti gli Automobile Club del Mondo rappresenta per l'ACI, soprattutto in un momento così difficile e complesso, come quello attuale ed ancor più quello del post Covid-19, una nuova impegnativa sfida, una nuova frontiera che ci vedrà protagonisti nella conquista di nuovi spazi di attività e nuovi ruoli per gli Automobile Club e per l'intera Federazione.

L'ACI, come sapete, si sta dotando di strutture strategiche e specialistiche per poter affrontare questa sfida in modo adeguato e con prospettive di concreto successo. Punteremo, in qualità di Ente Strumentale dello Stato a far attribuire all'Ente ed alla Federazione un ruolo che ci dia titolo a proporci come player fondamentale del settore. Abbiamo già avviato Accordi strategici con l'ENIT e con diverse Regioni per la valorizzazione della rete territoriale della Federazione ACI e per la valorizzazione di nuove e più attuali forme di turismo, come quello di prossimità e quello volto a valorizzare i giacimenti turistici presenti, ma meno conosciuti e celebrati, in molte Regioni.

Non dimentichiamo comunque il grande apporto ed impulso che potrebbe arrivare alla nostra Federazione dalle attività turistiche legate alla passione per lo sport automobilistico ed a quella per il motorismo storico, attività proprie

dell'ACI che possono e devono diventare occasione per promuovere il nostro territorio e l'erogazione di servizi da parte degli Automobile Club e delle Società del Gruppo, che opereranno a loro supporto.

Forse non è necessario sottolinearlo, ma mi piace farlo, in tutto ciò sarà fondamentale l'apporto e l'azione concreta di tutti gli Automobile Club, che attraverso queste attività potranno incrementare le proprie attività ed i servizi a favore di Soci e non Soci.

In questo modo l'ACI, grazie alla straordinaria bellezza e ricchezza ambientale, culturale, artistica, archeologica e, ultimo ma non ultimo, enogastronomica del nostro Paese, potrà puntare ad accrescere anche in ambito FIA il proprio ruolo e le proprie proposte di servizi, che potranno tradursi in sostanza in nuove aree di business di grande potenziale e prospettiva, così come già avviene per altri Automobile Club nel Mondo.

SARA

Gli ottimi risultati ottenuti nel triennio 2016-2019 e la resilienza dimostrata dalla Compagnia nel periodo più acuto della pandemia dimostrano la bontà della scelta strategica di ACI che nel 2018 e successivamente nel 2019 decise di aumentare in maniera importante l'investimento in Sara, passando prima dal 54,2% al 75% e successivamente all'80%.

Una strategia chiara e lungimirante, basata su una crescita sostenibile, incentrata sulla centralità del cliente e trainata dalla trasformazione digitale, hanno generato in 3 anni profitti netti cumulati pari al 30 % del capitale di partenza. L'incremento del fatturato di circa 55M€ (+10%), non ha condizionato l'ottimo andamento tecnico e non ha alterato la struttura dei costi (*cost ratio* costante nel triennio al 14,7%). Il risultato di esercizio si è mantenuto costantemente sopra i 60M€, mentre la solidità patrimoniale è andata progressivamente aumentando; oggi è pari a circa tre volte il requisito minimo di capitale richiesto dal regolatore.

Anche la Compagnia Vita ha fatto registrare risultati molto positivi, sia dal punto di vista produttivo (premi +28%) che della redditività (oltre 12M€ di utile netto) dal 2016 al 2019. Nella parte finale del 2019 Sara Vita ha avviato un primo accordo che promuove la distribuzione con una primaria rete di banker che dovrebbe aprire la compagnia ai canali di natura bancaria consentendo di irrobustire anche il business del risparmio gestito e della previdenza.

La rivoluzione del modello operativo d'impresa che con l'adozione di nuovi sistemi collaborativi, del *cloud computing*, di linguaggi di programmazione ad architettura aperta, del lavoro agile, di una piattaforma digitale destinata alla relazione con il cliente e di una configurazione logistica all'avanguardia dedicata alla direzione sistemi informativi e innovazione tecnologica, rappresentano delle basi molto solide per accelerare nel programma di trasformazione digitale che dovrà portare Sara a costruire un modello

operativo all'avanguardia, agile e vincente per ricoprire un ruolo di primo piano, in sinergia con il mondo ACI, nelle nuove forme di mobilità che si svilupperanno nei prossimi anni.

ACI STORICO

Oggi ACI Storico, nonostante le oggettive difficoltà legate alla mancata previsione nell'ambito del 4° comma dell'art. 60 del Codice della Strada, è senza dubbio un riferimento per il mondo degli appassionati di auto storiche. E' una voce libera, seria, competente e mai non assoggettata a logiche commerciali. E' un Club nel Club che offre ai propri Soci servizi ed opportunità, sia nel campo della fruizione della propria passione, sia in quello dell'assistenza tecnica e in quello assicurativo, oltre che una gamma di iniziative ed eventi da quelle alla portata di tutti a quelle per gli specialisti del settore. ACI Storico ha lavorato con grande successo, insieme alla Federazione ACI, per il rilancio di gare di regolarità di straordinaria storia e tradizione, come la Targa Florio Classica e la Coppa d'Oro delle Dolomiti. E infine, ma non meno importante, ha dato vita al Registro di ACI Storico che, articolato in una Sezione Auto e Moto Classica ed in una Sezione Auto Sportiva, opera con grande serietà e rigore per salvaguardare e tramandare la storia dei veicoli dei propri Soci.

Nell'ambito dell'attività fin qui svolta un successo merita una citazione particolare: aver ottenuto, nonostante la strenua resistenza di competitor molto determinati a non far introdurre novità che possano scalfire il proprio business, dalla Motorizzazione del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti la possibilità per tutti i possessori di veicoli con anzianità di almeno 30 anni di conservare i documenti originali di circolazione e di proprietà, che possono rappresentare un valore affettivo oltre che storico importante.

Ed ora puntiamo insieme a nuovi traguardi: consolidare ed accrescere con l'imprescindibile opera degli Automobile Club il ruolo e la visibilità di ACI Storico in tutti i territori del Paese, arricchire la compagine associativa della Federazione ACI con l'incremento della componente rappresentata da questi grandi appassionati di auto che sono i collezioni di veicoli storici ed, infine, affermare per l'ACI e per la Sua Federazione anche nel campo del motorismo storico il ruolo che le spetta in considerazione della propria storia che ha accompagnato la nascita e l'evoluzione dell'automobilismo in Italia.

SPORT

Il mio precedente mandato è stato caratterizzato da un forte impegno nello Sport con l'obiettivo di rafforzare ACI quale Federazione Sportiva Nazionale. Con il rinnovo del contratto di F1 per il triennio 2017-2019, con l'organizzazione del Rally d'Italia-Sardegna, il rilancio della Targa Florio e della Coppa d'oro delle Dolomiti, il Campionato di Formula 4 più importante al mondo, il karting, la positiva evoluzione di ACITEAMITALIA ed il ritorno di un pilota italiano in F1 nonché il successo dei Campionati Italiani nelle varie discipline, possiamo affermare che è stato centrato l'obiettivo.

Certamente questo fine mandato è stato caratterizzato dalla pandemia COVID-19 che ha bloccato le attività per i primi mesi del 2020. Ciononostante ACI è stato molto attento a definire i protocolli sanitari per la ripartenza che è avvenuta nei mesi di giugno in totale sicurezza. Siamo stati il punto di riferimento non solo per le attività internazionali della FIA, ma anche per gli altri sport che hanno preso a modello il nostro protocollo sanitario.

Mentre scrivo questo programma si è conclusa la trattativa con Liberty Media per avere il terzo Gran Premio di Formula 1 in Italia. ACI ha lavorato a stretto contatto con FIA e Liberty Media per garantire lo svolgimento dei Campionati mondiali che in tali circostanze sono stati messi a serio rischio. Monza, Mugello ed Imola nel 2020 saranno i circuiti che ospiteranno un GPF1, mai nella storia del motorsport si è verificata una tale situazione e questa è la conferma del nostro peso a livello internazionale.

Per il prossimo quadriennio, come sempre nello sport, occorre alzare l'asticella sempre più in alto.

Partendo dal vertice dello sport automobilistico: abbiamo raggiunto un accordo con Liberty Media per avere il GP d'Italia a Monza fino al 2025. L'obiettivo è quello di coinvolgere in questi anni gli ACP ed i soci. Stiamo lavorando per avere in 9 GP di F1 una location "Casa Italia" situata nella fan zone con cui rappresentare le eccellenze "made in Italy" ed affermare il nostro ruolo di interlocutori privilegiati del Governo anche in materia turistica.

Per quanto concerne il Rally d'Italia-Sardegna abbiamo chiuso un accordo con WRC Promotion fino al 2022 continuando così la partnership con la Regione Sardegna, anche in questo caso sviluppando l'area turistica.

Sono stati confermati anche i campionati FIA Karting, la World Cup Cross Country a Pordenone, il Campionato del mondo di Formula E a Roma, il

Campionato Europeo Rally a Roma a conferma che i nostri circuiti ed i nostri tracciati sono i migliori al mondo.

Sono tutte manifestazioni di elevato prestigio internazionale a cui si sommano i 1000 eventi automobilistici che ogni anno riempiono il nostro Calendario nazionale.

Per quanto concerne l'attività formativa di sviluppo dei giovani talenti auspico, con ragionevole certezza, di portare alla fine del mio mandato un altro pilota italiano in Formula 1. Abbiamo investito su un giovane talento siciliano, Gabriele Mini, un ragazzo di 15 anni di cui siamo sicuri del suo potenziale. Altri giovanissimi talenti stanno dimostrando del buon potenziale, Andrea Kimi Antonelli, Leonardo Fornaroli, Francesco Pizzi, sia nel karting che nella Formula 4 ed anche loro saranno degli "osservati speciali".

Continuano, sempre nel segmento dei giovanissimi, le iniziative Kart in Piazza e Rally Italia Talent con il coinvolgimento di circa 40.000 giovani dai 6 ai 20 anni.

Con il 2021, forse prima vorremmo inaugurare il nuovo canale satellitare ACISPORT TV. Un canale sulla piattaforma SKY, nel settore sportivo, che si dedicherà h24 al nostro mondo non solo sportivo ma di ACI nelle sue diverse articolazioni. Ciò consentirà di trasmettere la nostra produzione televisiva delle gare automobilistiche, i nostri magazine, dibattiti e workshop sui temi dello sport dell'automobile, ma sarà anche una grande opportunità per gli ACP di diffondere su scala nazionale le loro iniziative locali ed attrarre sponsor che avranno maggiore visibilità.

Come avete potuto notare si tratta di obiettivi alla nostra portata e che renderanno il nostro Ente ancora più forte e proiettato verso un futuro, al momento non facile per nessuno, ma sono convinto che, con l'aiuto di tutti Voi, riusciremo a superare anche le inevitabili conseguenze della pandemia che stanno mettendo a dura prova tutto il settore Automotive.

Data

Roma, 10/09/2020

Firma
Angelo Sticchi Damiani