

Programma elettorale per il quadriennio 2025-2028

COMUNICAZIONE

Negli ultimi 4 anni è fortemente cresciuto il livello di notorietà e autorevolezza di ACI, ossia la nostra conoscenza e identità presso gli italiani, come certificato dai nostri analisti. È aumentata la consapevolezza rispetto l'Automobile Club d'Italia e in particolare la considerazione di ACI quale protagonista di tutti gli aspetti del mondo dell'auto e della mobilità.

È avvenuto perché parliamo quotidianamente dei tanti argomenti che possediamo e sviluppiamo. Presidiando spazi online e offline e diverse piattaforme riusciamo a raggiungere un pubblico ampio ed eterogeneo.

Ci siamo riusciti con campagne di comunicazione di successo, che parlasse sia dell'ente che dei principali temi che ci stanno a cuore (come la sicurezza stradale). E ci siamo riusciti grazie alla presenza a importanti eventi nazionali e internazionali, come il Meeting Rimini, la Conferenza del Traffico e della Circolazione, Auto e Moto d'Epoca, i Gran Premi di F1 di Imola e Monza, le grandi gare del motorsport come il Rally Italia Sardegna, incontrando milioni di cittadini, dialogando con loro e instaurando 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 vede anche il lancio recente delle tre riviste di ACI dedicate alle automobili: l'Automobile, l'Automobileclassica e Youngclassic.

Sempre con una visione rivolta al futuro, abbiamo identificato e stiamo perseguendo, con costanti innovazioni, la nostra strategia digitale online e sui social media 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. I numeri in questi anni sono in netta crescita e continuano a migliorare: sempre più conoscenza di ACI sui social, più engagement con i post, più coinvolgimento e sentiment online sempre più positivo. Uno sforzo congiunto che passa dai grandi eventi nazionali e internazionali presidiati da ACI (ad esempio i due Gran Premi di F1 di Imola e di Monza), alle campagne promosse sia a livello nazionale che internazionale su diversi temi (ad esempio sul motorsport e il Made in Italy con We Drive IT, sulla sicurezza stradale con #BlindSide, sui diritti delle persone con

disabilità con #TuttoNormale ecc.), alla comunicazione quotidiana fatta di iniziative, contenuti sia più istituzionale che più accattivanti, di rubriche che appassionano molto il pubblico (come i personaggi e piloti del passato e le corse storiche).

Una strategia per il web che va avanti, che verrà sempre migliorata con nuovi input e innovazioni e che ci vede impegnati anche a sostenere la comunicazione, digitale e non, di tutti gli AA.CC. per un rapporto sempre più stretto con i loro territori e le comunità di riferimento.

Per gli Automobile Club Provinciali prosegue il progetto di sviluppo e supporto della loro comunicazione con un team dedicato sempre disponibile per scrivere e realizzare insieme piani strategici, campagne di comunicazione, appuntamenti e corsi di formazione ecc. In particolare, durante il 2024 sono stati fatti già 3 corsi per accrescere e migliorare le competenze degli AC: un corso sull'Intelligenza Artificiale, uno sulla comunicazione strategica e uno su Facebook. Seguiranno nel corso del 2024 corsi sugli altri social: Instagram, LinkedIn e X e Tik Tok. A questo si affianca tutto il supporto necessario nella creazione e nello svolgimento degli eventi nelle diverse realtà locali. Nei prossimi anni la sfida è quella di continuare tutte queste iniziative e incrementarne, in un confronto costante, l'efficacia. Continuerà la formazione su tutti i temi della comunicazione, a partire da tutte le novità che si affacceranno nel settore nel prossimo futuro, sia rispetto a nuovi che vecchi strumenti. Il team sarà sempre a disposizione per supportare gli AC nella costruzione e promozione delle loro attività, anche intervenendo nella risoluzione di problemi e ostacoli lungo il percorso. Ci sarà, come sempre, un filo costante e continuo con gli AC per ascoltare le loro esigenze e indirizzarli verso le scelte migliori.

Infine, operiamo per rafforzare l'appealing globale del movimento automobilistico, dal GP d'Italia di FI di Monza e Imola alle manifestazioni sportive delle auto storiche (come la 1000 Miglia), accrescendo gli spettatori nelle competizioni, la visibilità sui media nazionali e internazionali, il prestigio internazionale del nostro Paese.

Quest'obiettivo è possibile soltanto grazie a un lavoro congiunto con tutti i Presidenti degli AA.CC. e le aziende e i soggetti coinvolti, mettendo insieme passione, entusiasmo, competenze e dedizione.

PRA

Dopo un 2022 in netta flessione di entrate, con il 2023 è iniziata una fase di lenta ma significativa ripresa, confermata anche in questi primi mesi del 2024. L'obiettivo è quello di tornare ai livelli del 2019 (ca 250M€). Il grande lavoro svolto in questi anni a tutti i livelli per promuovere campagne di incentivazione all'acquisto di auto nuove, per favorire lo svecchiamento del parco circolante ed accelerare l'accesso a motorizzazioni meno inquinanti, comincia a dare i propri frutti, immettendo

in ACI risorse che possono essere destinate ad un intervento di consolidamento e riposizionamento dell'Istituto.

E' necessario infatti mantenere in buona salute la principale fonte di entrate dell'ACI, attraverso una serie di interventi strutturali che dovranno riguardare la dotazione organica da un lato e l'organizzazione centrale e periferica dall'altro.

I due predetti interventi si rendono necessari per riposizionare l'istituto nel panorama della PPAA, consolidandone la centralità nella gestione fiscale e patrimoniale dei veicoli, attraverso lo "svecchiamento dei processi", l'introduzione di elementi di governo e garanzia del sistema per i cittadini e le stesse PPAA e la maggiore integrazione con gli Studi di Consulenza Automobilistica (e le Delegazioni), generando sinergie tra pubblico e privato capaci di rendere più efficiente il sistema, abbattere i costi e rendere fluido l'accesso ai servizi, valorizzando i processi di convalida e controllo del sistema.

Le ragioni che ispirarono il legislatore nel 1927 sono ancora valide, ma è mutato il contesto socio economico, il rapporto tra utilizzatore e veicolo, il valore del bene rapportato al reddito medio, la percezione nei cittadini di una burocrazia non sempre di facile accesso e il tipo di illecito che in questo settore è sempre in agguato.

Sono pertanto maturi i tempi per un intervento profondo di rivisitazione e rilancio dell'Istituto nel rispetto delle norme vigenti, una sfida non facile che raccolgo con fiducia e sulla quale stiamo già lavorando, come dimostra, ad esempio, la Struttura di Missione approvata dal Comitato Esecutivo che, con il controllo ed il coordinamento dalla Direzione PRA e Fiscalità Automobilistica, avrà il compito di reingegnerizzare il Documento Unico, allo scopo di risolvere tutti i problemi di tenuta delle procedure, che in questi anni hanno creato non poche criticità agli utenti, ai nostri Uffici, agli Automobile Club ed agli Studi di Consulenza Automobilistica (ed alle Delegazioni). Con questi ultimi, in particolare, negli ultimi due anni è stata ricucita una collaborazione essenziale (in quanto parte della nostra stessa organizzazione) e fiduciaria che valorizza sia il PRA, che l'attività degli Studi (e delle nostre delegazioni) in un rapporto che, non snaturando la figura del PRA e le sue prerogative è capace di ascoltare e venire incontro alle esigenze degli operatori professionali (dietro i quali non dimentichiamo ci sono sempre dei cittadini).

Parallelamente dovranno essere rafforzate le competenze della Direzione PRA (oggi frammentate su più strutture) allo scopo di consentire un più efficace e diretto governo, nell'ambito degli indirizzi strategici dell'Ente, degli Uffici territoriali del PRA.

Contestualmente occorre lavorare sulla qualità della banca dati e sui processi di Iscrizione, Trascrizione ed Annotazione delle pratiche al PRA, acquisendo nuove informazioni (come ad esempio il domicilio digitale in aggiunta alla residenza), al fine di rendere il PRA strumento

essenziale ed irrinunciabile per chiunque (PPAA, privato cittadino, Società) abbia un interesse nel settore automotive.

In quest'ottica il mio impegno sarà quello di continuare a lavorare sul fronte politico per valorizzare l'uso e la fruibilità dei dati PRA e pervenire ad un adeguamento della tariffa PRA, ormai ferma dal 2013, reintrodurre un corrispettivo per la gestione dell'IPT e ribadire il principio dell'autofinanziamento anche attraverso il sistema previsto dalla legge delle visure a titolo oneroso (oggi su più fronti messo in discussione).

Da ultimo, ma non ultimo come importanza, un accenno ai rapporti con il Ministero dei Trasporti ed in particolare con la Motorizzazione Civile. L'ampia ed ormai serena collaborazione con la MCTC è un valore acquisito che deve essere mantenuto e incrementato. Al riguardo assume valore strategico la cooperazione applicativa e la possibilità di offrire al Ministero supporto nell'erogazione dei servizi Amministrativi ai cittadini.

FISCALITÀ

Sul fronte della fiscalità dell'auto in questi anni abbiamo registrato significativi successi sul fronte normativo ed al tempo stesso abbiamo assistito ad un vero e proprio assalto alle competenze dell'ACI.

Ad ACI (meglio al gestore del sistema informativo del Pubblico Registro Automobilistico) è stata affidata con l'articolo 51 della legge 157/2019 la tenuta e gestione dell'archivio nazionale delle tasse automobilistiche e funzioni di integrazione delle banche dati regionali con i dati del PRA.

La norma, oltre a valorizzare il ruolo del PRA, nella gestione della fiscalità dell'auto, crea una strettissima integrazione tra i sistemi regionali e quello nazionale affidato ad ACI, valorizzando il nostro già ampio patrimonio informativo a disposizione di tutte le PPAA.

Con altro e diverso provvedimento è stata affidata al Sistema Informativo del PRA la gestione del noleggio lungo termine.

Sul fronte della riscossione l'avvento di pagoPA aveva messo in seria discussione l'erogazione del servizio presso le nostre Delegazioni, ma una attenta politica di cooperazione con AGID ci ha consentito di mantenere il servizio, modernizzarlo, migliorarne la redditività per i delegati e la fruibilità per i cittadini.

Queste iniziative, 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.

In questi anni malgrado i continui ricorsi ed una serie di sentenze della giustizia amministrativa non sempre favorevoli, ACI ha mantenuto integri i rapporti di cooperazione con tutte le

Amministrazioni precedentemente convenzionate (nel rispetto degli orientamenti espressi dal legislatore e dalla giurisprudenza Amministrativa) ed anzi ad esse si sono aggiunti l'Agenda delle Entrate ed il Molise portando a 17 su 21 le amministrazioni che si avvalgono di ACI quale supporto per la gestione della tassa automobilistica. Tale risultato è dovuto ad un sistema di gestione che pone il rispetto del cittadino, la qualità e l'innovazione al centro del rapporto di cooperazione e che è in grado di offrire alle singole amministrazioni soluzioni adeguate alle singole esigenze, nel rispetto delle rispettive funzioni pubbliche.

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'Agenda delle Entrate, il Ministero delle Finanze ed il Ministero degli Interni.

Anche sul fronte fiscale molto si è investito sul fronte relazionale con tutti gli attori coinvolti (compresi gli Studi di Consulenza) per fare sistema nell'ambito della PA e garantire ai cittadini ed alle amministrazioni servizi pubblici efficienti, innovativi, di facile accesso ed economici.

Queste saranno anche nei prossimi anni le linee guida del mio programma:

- mantenimento e rafforzamento del ruolo di ACI nella gestione della fiscalità dell'auto;
- innovazione continua;
- valorizzazione del ruolo degli Uffici Provinciali, degli Automobile Club e degli Studi di Consulenza, per offrire, in un contesto collaborativo e propositivo, servizi ai cittadini in linea con le esigenze e le attese dettate dal differente contesto socio economico.

SOCI

Sono stati confermati, anche durante il quadriennio 2020/2024, gli straordinari risultati associativi cui siamo abituati dal 2019, che ci hanno consentito di raggiungere il numero di soci più alto da quando ACI non ha più il monopolio in viabilità autostradale. Al 31 dicembre 2023 i soci erano 1.156.403, con una crescita lorda del 6,8% (comprensiva delle tessere Facile Sarà) ed una netta del 8,3%, dovuta alla produzione diretta da parte degli Automobile Club, della rete delle delegazioni e degli ACI Point.

Al 30 giugno del corrente anno l'attività associativa registrava un incremento di 33.373 soci, pari al 6,2% lordo e al 9,5% netto, grazie al coinvolgimento della rete ed al miglioramento del prodotto sotto il profilo del contenuto.

Non va, ovviamente, dimenticato l'apporto dato dalla politica di incentivazione della Federazione, a vantaggio della quale sono stati distribuiti dal 2018 circa 20 milioni di euro da ACI.

Posso ribadire senza tema di smentita che il lavoro degli ultimi anni è stato basato sulla centralità degli Automobile Club e delle delegazioni e improntato all'obiettivo di portare valore alla

Federazione: il mio eventuale quarto mandato non potrà che proseguire nella stessa direzione, confermando il modello win win rivelatosi di successo.

I prossimi passi saranno:

- rilascio del prodotto per le aziende, interamente reingegnerizzato e arricchito di servizi, nonché dotato di un sistema più flessibile di preventivazione;
- miglioramento della qualità del soccorso stradale, il nostro vero core business, grazie alla stipula di una nuova convenzione con ACI Global basata su un sistema a tariffa e non più a rimborso;
- arricchimento dell'offerta formativa a favore della rete con l'introduzione di una piattaforma evoluta di e-learning;
- individuazione di nuove aree di business per gli Automobile Club e le delegazioni, mirate all'arricchimento ed alla diversificazione dell'offerta commerciale;
- sviluppo del network delle convenzioni;
- realizzazione di eventi nazionali dedicati ai Soci per accrescere il valore del Club.
- pianificazione di campagne di comunicazione sul prodotto associativo radiofoniche, social e sul punto vendita: al riguardo si specifica che nell'ultimo triennio sono stati investiti circa 2 milioni di euro in campagne di comunicazione a favore della rete.

TURISMO

L'azione dell'ACI in campo turistico - notevolmente rafforzata con l'innesto nel tessuto della Federazione di ACI Blueteam, Azienda leader del settore del business travel, affermata e affidabile, dotata di una grande reputazione - dovrà crescere ulteriormente, cogliendo tutte le opportunità di sinergie sia in ambito pubblico che privato.

Il ruolo istituzionale dell'ACI in campo turistico rientra pienamente tra le finalità statutarie della nostra Federazione ed è nostro compito svilupparlo quanto più possibile nell'ottica della promozione di una mobilità turistica ecocompatibile, soprattutto su gomma, e della valorizzazione di tutte le risorse, solo per citarne alcune, naturalistiche, ambientali, culturali, artistiche, archeologiche e, ultimo ma non ultimo, enogastronomiche del nostro Paese.

Ciò risponde pienamente agli interessi di ciascuno Automobile Club che fa del richiamo e dei servizi turistici un ulteriore riferimento per i propri Soci e per avvicinare alle attività dell'AC' coloro che amano viaggiare su gomma o esplorare il territorio cogliendo tutte le opportunità che offre il turismo automobilistico.

Una leva fondamentale per continuare ad assicurare la capacità attrattiva dell'ACI nel settore turistico si deve confermare il mondo dello sport automobilistico, vero e proprio volano per tutte le attività dell'ACI.

Ritengo che questo asset dell'Ente, quale Federazione Sportiva Automobilistica, debba essere sviluppato in tutte le sue forme e potenzialità ed ulteriormente valorizzato.

Lo sport, nel nostro caso automobilistico, è uno straordinario e potentissimo veicolo per comunicare e per attirare non solo l'attenzione del pubblico degli appassionati, ma anche delle Istituzioni nei confronti delle capacità organizzative di altissimo livello della nostra Federazione, sia in campo nazionale che nella realizzazione di eventi mondiali.

Tutti i settori e le discipline dello sport automobilistico, con le loro manifestazioni sportive, sono dei fenomenali attrattori di pubblico, di appassionati e di curiosi, che viaggiano per queste finalità con una domanda di servizi turistici che spazia in tutti gli ambiti (ospitalità, ristorazione, mobilità, ecc.) di cui la nostra Federazione deve cogliere tutte le opportunità sia di crescita associativa che di produttività per lo sviluppo dell'AC nel proprio territorio.

Ciò vale non solo con riferimento al settore delle competizioni di velocità, ma anche per lo slow drive delle gare di regolarità con auto storiche.

Entrambe in costante crescita di eventi e di partecipazione.

I pubblici di riferimento sono certamente diversi tra loro, ma sono comunque bacini di passione e di esigenze turistiche e di mobilità che ritengo debbano essere interpretati al meglio con ruoli da protagonisti sia dall'ACI e dalle proprie Società che dagli Automobile Club.

Sempre con riferimento al settore turistico ma anche a quello delle relazioni internazionali, sia nel contesto del ruolo dell'Ente in seno alla FIA che in quello dei rapporti con il Governo in qualità di Ente strumentale dello Stato, ritengo che si debbano investire energie e capacità progettuali nell'Accordo quadro di collaborazione istituzionale recentemente sottoscritto tra l'ACI e l'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo - AICS, Agenzia pubblica che fa capo al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale.

In sostanza si potrebbero aprire per l'Ente nuove frontiere per valorizzare delle esperienze e delle competenze specialistiche maturate dall'ACI in tanti settori come in quelli della mobilità sostenibile, della sicurezza e dell'educazione stradale, della gestione amministrativa del parco circolante, della formazione alla guida e della realizzazione di modelli ed impianti finalizzati alla crescita degli standard di sicurezza stradale.

SARA

Gli ottimi risultati ottenuti nel periodo 2016-2023 e la resilienza dimostrata dalla Compagnia nei momenti più critici, come la pandemia, la volatilità dei mercati scatenata dalle guerre e dalle tensioni geopolitiche e gli eventi climatici estremi del 2023, 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 trainata dalla trasformazione digitale, impostata sulla centralità della rete agenziale e del cliente, ha generato in 8 anni utili netti cumulati di gruppo pari al 113% (617 milioni) del capitale netto di partenza.

Il valore della quota di pertinenza di AcI nel patrimonio di Gruppo è più che raddoppiata (247%) dal 2016-2023, passando da 293 a 724 milioni.

Il risultato netto di gruppo, in media ammonta a quasi 80 milioni l'anno (2023: 83,1 milioni) pari a circa il 10% dei premi annui, performance di eccellenza sul mercato per i gruppi assicurativi con maggior peso della raccolta nei rami danni. Tutto questo nonostante le ovvie diseconomie di scala legate alle dimensioni.

Il fatturato di Sara Assicurazioni è aumentato nel periodo 2016-2023 di circa 140M€ (+26%), con conseguente miglioramento delle entrate per gli agenti e arricchimento delle interessenze provvigionali agli AC Provinciali. La crescita del fatturato non ha condizionato la qualità del portafoglio e la redditività della compagnia.

Inoltre, gli investimenti necessari per cavalcare la trasformazione digitale non hanno alterato la struttura dei costi che si è mantenuta sostenibile (*cost ratio* inizio periodo 14,7%, fine periodo 14,6%).

La solidità patrimoniale del gruppo è sensibilmente migliorata dal 2016 al 2023 passando da poco più di 2 a circa quasi 4 volte il requisito minimo di capitale richiesto dal regolatore.

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 e ci trovano preparati ad interpretare al meglio l'era della intelligenza artificiale.

MOBILITÀ E SICUREZZA STRADALE

Le inspiegabili, ingenerose ed ingiuste critiche che sono state recentemente mosse all'ACI in modo fazioso e non obiettivo nei confronti del proprio impegno a favore della sicurezza stradale mi hanno confermato nella convinzione che l'ACI e tutta la Federazione devono migliorare più che sul piano del fare su quello del comunicare, promuovere e valorizzare tutto ciò che da sempre e sempre di più fanno per la sicurezza e per l'educazione stradale.

È veramente molto difficile immaginare che si possa fare di più, in termini quantitativi e qualitativi, di quanto già facciamo quotidianamente le strutture centrali dell'ACI con il supporto delle Società in house e controllate e gli Automobile Club con le proprie Società di servizio.

È mio desiderio ed impegno sarà quello di far sì che l'immenso lavoro della Federazione ACI, che non cesseremo mai di incrementare, possa essere raccontato sempre meglio e compreso nella sua reale dimensione e complessità.

Ciò a partire dalle evidenze economiche delle attività in materia di educazione e sicurezza stradale nell'ambito dei documenti di bilancio, che rappresentano il primo riscontro documentale a cui possono attingere gli eventuali detrattori del nostro operato.

A questo deve seguire una campagna ed iniziative di informazione che facciano evolvere la conoscenza del fenomeno e della nostra azione anche da parte degli operatori della comunicazione e dei mass media.

Infatti, dopo esserci concentrati per decenni (ma potrei anche dire da sempre) sull'attività di formazione di alunni e studenti e, più in generale, dei giovani, è ora tempo di far capire agli opinion leader ed ai comunicatori che la sicurezza stradale e l'educazione alla sicurezza stradale sono un mondo di attività, iniziative, comportamenti e servizi, assolutamente e indissolubilmente interconnessi e integrati fra loro.

Non si può pensare che tutto l'impegno dell'Ente si esaurisca negli incontri in aula o da remoto (in DAD - didattica a distanza) che pure la nostra Federazione realizza in grandi quantità e con costanza e continuità.

La mobilità e la sua sicurezza rappresentano ormai un sistema particolarmente complesso che necessita di una rete di interventi che comprendono anche le attività educative in senso stretto, ma che non si esauriscono con esse.

Un ruolo fondamentale in questa fondamentale azione di divulgazione potrà essere assicurato dal nostro "fiore all'occhiello", la Fondazione Filippo Caracciolo, ormai divenuta indiscusso punto di riferimento culturale del mondo dell'automotive.

Tuttavia l'impulso che intendo dare al ruolo ed alle attività dell'Ente e degli Automobile Club in questo settore non potrà limitarsi solo al miglioramento della visibilità e della conoscenza del nostro operato.

Sono già in programma numerosi interventi. Solo per citarne alcuni:

- estensione della rete dei Centri di Guida Sicura ACI, fino a raggiungere con questi servizi il sostanziale presidio di tutto il territorio nazionale;
- incremento della presenza dell'Ente nell'ambito dei progetti nazionali ed internazionali finalizzati alla verifica della sicurezza dei veicoli e delle infrastrutture stradali;
- ampliamento dei servizi di informazione, individuale e collettiva, personalizzata e generalista, finalizzata alla sicurezza stradale;
- sviluppo di progetti di cooperazione con Istituzioni e Associazioni che si dedicano al recupero di coloro che hanno subito traumi fisici o psicologici a causa di incidenti stradali o che sono stati essi stessi causa di incidenti della strada;
- partecipazione a progetti internazionali di cooperazione per lo sviluppo degli standard di sicurezza stradale, diffondendo ed esportando il know how della nostra Federazione;
- ampliamento dell'azione di supporto agli Automobile Club nello svolgimento delle attività territoriali di educazione alla sicurezza stradale;
- consolidamento e sviluppo della rete delle autoscuole e del modello didattico ACI Ready2Go;
- promozione di iniziative per sensibilizzare giovani e adulti sull'importanza di adottare comportamenti e stili di guida che possono contribuire ad aumentare la sicurezza di ciascuno;
- realizzazione di campagne di comunicazione per favorire l'attenzione e la conoscenza delle problematiche e delle esigenze legate alla sicurezza stradale.

ACI STORICO

La crescita di ACI Storico, in termini associativi, di attività e di progettualità, è sotto gli occhi di tutti.

Questa per me e per l'intera Federazione ACI è una grande soddisfazione.

È la conferma della bontà di una intuizione, grazie alla quale siamo riusciti a far riconoscere all'Ente una posizione adeguata ed autorevole in un settore, quello della passione per le auto storiche, che amplia sempre più il suo raggio d'azione e l'interesse di una platea di appassionati che si popola sempre più di tanti giovani.

Come sapete, il successo di ACI Storico - nonostante la permanenza dell'incomprensibile ed anacronistica esclusione dalla previsione del quarto comma dell'art. 60 del CdS - preoccupa talmente tanto i competitors del settore che continuiamo ad assistere ad azioni di contrasto e di ostruzionismo nei confronti del nostro Club, sia a livello locale che nazionale.

Settore che purtroppo l'ACI in passato non ha improvvidamente curato con attenzione, lasciando campo libero ad Associazioni private che hanno operato indisturbate fino al giugno del 2013, che ha visto la nascita di ACI Storico, che ha dato voce al malcontento di tanti appassionati e cultori del settore.

Ciò nonostante ACI Storico continua ad operare con determinazione, forte della propria coerenza e credibilità. Si propone agli appassionati con messaggi seri e di reale tutela dei loro interessi. Mai strumentalizzando o, addirittura, mistificando la realtà come da sempre usano fare con grande disinvoltura altri importanti player del settore.

Settore, che purtroppo l'ACI in passato, un po' improvvidamente, non ha curato con attenzione, lasciando campo libero ad Associazioni private che hanno operato indisturbate fino al giugno del 2013, che ha visto la nascita del Club ACI Storico, che ha finalmente dato voce al malcontento di tanti veri appassionati e cultori del settore.

Cosa immagino e desidero per il futuro di ACI Storico:

- che continui ad alimentare ed accrescere il proprio messaggio culturale, che nel 2024 ha visto importanti realizzazioni come la presentazione della Carta dei Principi della Conservazione, del Restauro e della Tutela dell'Automobile e l'apertura di un attraente spazio espositivo di auto storiche e d'epoca nel cuore di Roma nella Galleria Filippo Caracciolo, che sta riscuotendo grande successo e curiosità tra cittadini e turisti;
- che sostenga con forza la difesa dei diritti degli appassionati, sottraendoli ad ogni forma di sfruttamento commerciale della loro passione. L'obiettivo deve continuare ad essere quello di offrire loro servizi e vantaggi di particolare interesse a condizione economiche competitive, che portino la necessaria copertura dei costi ma salvaguardino l'attrattiva della nostra offerta associativa che si cercherà di migliorare in termini di contenuti per soddisfare le specifiche esigenze degli appassionati;
- che arricchisca l'immagine degli Automobile Club rafforzando sempre più il legame con l'automobilismo storico e con le proprie radici, diventando sempre più un preciso riferimento nel proprio territorio per gli appassionati, in quanto è ormai certo che il motorismo storico sia una componente tutt'altro che di nicchia del settore automotive. Questo dato è stato ampiamente e adeguatamente confermato dal primo Rapporto sull'Auto Storica in Italia elaborato dalla Fondazione Filippo Caracciolo;

- che venga riconosciuto e si rafforzi sempre più a livello istituzionale la conoscenza e la consapevolezza del ruolo e della rilevanza dell'ACI nel settore. Ciò al fine di poter eliminare il gap che attualmente penalizza senza motivo l'Ente a fronte di Associazioni private che, in assenza di precise regole e controlli, di fatto condizionano gli appassionati fino a fargli accettare l'obbligo di associarsi e i relativi costi pur di poter beneficiare di agevolazioni fiscali o assicurative o di poter bypassare i divieti di circolazione nei centri urbani.

SPORT

Il mio programma per il quadriennio 2021-2024 è stato sicuramente condizionato dagli effetti della pandemia che si sono ripercossi su tutta l'economia nazionale ed in particolare sullo "Sport System". Come Federazione Sportiva abbiamo pianificato e programmato iniziative con l'obiettivo di gestire tale emergenza economica. In tal senso siamo stati impegnati nella modifica dei regolamenti sportivi e tecnici che, se in un primo momento sono stati criticati dai puristi del motorsport, hanno consentito agli addetti ai lavori (team, scuderie, organizzatori e piloti) di poter organizzare le proprie attività in un momento di sofferenza economica che ha attanagliato il Paese. Ciò nel medio periodo ci ha premiato perché mentre vi sto scrivendo la stagione sportiva in corso esprime valori di indiscusso successo che pone i nostri Campionati Nazionali leader a livello europeo e mondiale.

Mi riferisco al Campionato Italiano GT con oltre 40 partecipanti ed con piloti di elevata qualità e la partecipazione di team ufficiali di case automobilistiche. Al Campionato Italiano di Formula 4 ormai un punto di riferimento mondiale con 45 piloti provenienti da tutto il mondo, ma anche il Campionato Italiano Karting che rappresenta il nostro vivaio di giovani piloti, con una media di 250 piloti a gara. Il Campionato Turismo (TCR Italy) che con le sue 40 vetture è il più partecipato d'Europa, mentre a livello internazionale il nostro Campionato Formula Regional Europe by Alpine con 33 piloti in griglia rappresenta e si consolida come il secondo step della filiera FIA che dal Kart porta in F1.

Anche la specialità dei rally ed in particolare il Campionato Italiano Rally, sono in crescita a livello di partecipazione, ma ciò che va rilevato è la grande competizione tra i piloti partecipanti. Inoltre si è lavorato anche nei Campionati minori per renderli appetibili economicamente ed, aumentando lo sforzo promozionale, per aumentare il valore per chi sceglie di parteciparci.

Per quanto concerne invece la F1 in questo quadriennio siamo stati l'unica Federazione al mondo che ha organizzato due Gran Premi. Grazie anche al sostegno economico Governativo siamo riusciti con una attenta gestione e con un considerevole aumento dei ricavi da biglietteria a limitare il

deficit che tali manifestazioni possono portare. In questo quadriennio abbiamo anche avuto la partecipazione del Presidente della Repubblica che ci ha onorato di festeggiare il centenario dell'Autodromo di Monza.

Ma anche il Mondiale Rally in Sardegna che ha superato le 20 edizioni ed ha ottenuto il prestigioso riconoscimento della FIA per la sostenibilità ambientale, ha rappresentato un punto di riferimento ed una eccellenza per i suoi tracciati selettivi e meravigliosi tra le 13 gare del WRC.

Sempre nei Rally non posso trascurare la crescita organizzativa e promozionale che in questo quadriennio ha registrato il Rally di Roma Capitale valido per il Campionato Europeo premiata come la migliore gara con il miglior impatto mediatico.

Infine ad affiancare le nostre gesta sportive non posso rappresentare l'impegno profuso per l'ammodernamento dell'Autodromo di Monza con la realizzazione di opere finanziate dal Ministero dei Trasporti e dalla Regione Lombardia che mentre sto scrivendo è stato portato a termine, con 4 giorni di anticipo rispetto alle previsioni. Il primo lotto dei lavori (rifacimento della pista e realizzazione di sottopassi) che sono il primo step per rendere il circuito di Monza al passo con i tempi ed assicurare così il prolungamento del contratto con F1.

Questo sopraesposto insieme al rilancio della Targa Florio, la Coppa d'Oro delle Dolomiti, il Circuito del Mugello, ma anche il controllo sulle 1000 gare l'anno iscritte al nostro Calendario, la nascita dell'Accademy per la formazione degli addetti ai lavori ed in particolare degli Ufficiali di gara, componente indispensabile per il nostro sport, Kart in Piazza e moltissime altre iniziative e progetti è quello che è stato fatto.

Ma adesso vorrei parlare di quello che vorrei fare nel prossimo quadriennio. Il mio obiettivo è crescere in qualità.

In queste ore mentre sto scrivendo siamo in piena trattativa con F1 per il rinnovo di Monza. Le esigenze di F1 sono sempre maggiori sia in termini economici che di qualità dei servizi richiesti dai tifosi. La mia sfida è quella di creare un equilibrio tra questi due fattori nella consapevolezza che la direzione è sempre più verso lo *show entertainment*.

Lavoreremo con tutto il team ACI per proiettare l'Autodromo di Monza nel futuro ottimizzando i servizi di essenziali, ma allo stesso tempo ampliare le opportunità di business con strutture all'avanguardia. Questo è il mio impegno per il prossimo quadriennio che è alla base per il rinnovo del contratto con F1 e confermare il GP per molti anni nel *circus* della F1.

Per quanto riguarda il Rally d'Italia in Sardegna il contratto con il promoter e con la Regione Sardegna scade nel 2025. L'obiettivo è quello di confermare una gara nel mondiale Rally coinvolgendo le Autorità locali per il supporto economico.

Lavorerò per la conferma di tutte manifestazioni di elevato prestigio internazionale a cui si sommano i 1000 eventi automobilistici che ogni anno riempiono il nostro Calendario nazionale. Al

riguardo giova precisare che l'ACI si colloca a livello mondiale al primo posto tra le Federazioni Automobilistiche che hanno il maggior numero di eventi valevoli per campionati del mondo.

Occorre, pertanto, ampliare e sviluppare l'attività promozionale e di comunicazione sulla Targa Florio rendendola un punto di riferimento nel mondo del motorismo storico, così come applicare nuovi modelli promozionali per i campionati Italiani che hanno raggiunto il massimo livello di partecipazione, è arrivato ora il momento di fare un salto di qualità per aumentare la promozione e quindi la redditività dei campionati, adeguando la struttura dedicata verso un modello più moderno ed innovativo.

Un elemento importante nella suddetta attività lo gioca la nostra televisione ACISPORT TV sulla piattaforma SKY 228, migliorata in questi anni sia termini tecnici che di contenuti, ma dobbiamo fare ancora di più e meglio.

Continuano, sempre nel segmento dei giovanissimi, le iniziative Kart in Piazza, Rally Italia Talent e l'introduzione della disciplina degli esport con il coinvolgimento di circa 60.000 giovani dai 6 ai 20 anni.

Vorrei infine concludere con il nostro impegno espresso nel mio precedente mandato in cui avevamo investito su giovani talenti attraverso il progetto ACITEAMITALIA. Ora stiamo raccogliendo i frutti, con molta probabilità il giovane Andrea Kimi Antonelli, esordirà in F1 con Mercedes o già da quest'anno con Williams F1. Dobbiamo essere orgogliosi di questo risultato, ma allo stesso tempo non ci diamo per vinti: gli altri nostri alfieri su cui stiamo puntando Gabriele Mini è in testa al Campionato F3, seguito da Leonardo Fornaroli entrambi con Team italiani (Prema e Trident) che sono una eccellenza per la formazione dei giovani talenti che la nostra Scuola Federale di pilotaggio scova nel mondo del karting.

Ad essi si aggiungono altri nuovi talenti di cui sentiremo parlare e su cui stiamo investendo con programmi che li aiuteranno a crescere ed arrivare ai massimi vertici dell'automobilismo mondiale. Mi riferisco a Valentino Ledda e Giovanni Trentin nei rally impegnati nel campionato Finlandese e un giovanissimo Niccolò Perico impegnato nel kart. Sono sicuro che alla fine del mio mandato sentirete parlare dei successi di questi giovanissimi atleti.

Come avete potuto notare si tratta di obiettivi ambiziosi, ma in questi anni siamo riusciti a realizzarli e grazie ad essi abbiamo contribuito a fornire al mondo esterno una immagine migliore del nostro Ente, dinamica ed efficiente ma anche moderna ed innovativa.

Roma, 30 luglio 2024

F.TO ANGELO STICCHI DANIAMÌ
(ART. 3, COMMA 2, D.lgs 39/1993)