

## Il processo e le attività di stakeholder engagement

Lo “stakeholder engagement”, ossia il dialogo e il coinvolgimento degli interlocutori interni ed esterni, costituisce un passaggio importante per l’integrazione della sostenibilità nei processi aziendali e per la creazione di un valore duraturo.

Sport e Salute svolge un ruolo di primo piano nello sviluppo delle attività e progetti nel settore dello sport e gestisce quotidianamente una molteplicità di interazioni con i propri stakeholder. Come per gli anni precedenti, anche nel 2022 la Società ha sviluppato numerose soluzioni collaborative, facilitando il raggiungimento di obiettivi in termini di sviluppo sostenibile e rafforzando

la fiducia lungo tutta la catena del valore.

Per questo è stato definito un approccio strutturato di identificazione degli stakeholder e definizione delle modalità di dialogo diversificate e flessibili, in risposta alle diverse caratteristiche e necessità di ciascun stakeholder.

Il processo di stakeholder engagement prevede un dialogo frequente e proficuo tra Sport e Salute e i propri interlocutori, con l’obiettivo di fare crescere il sistema sportivo al servizio del paese.

### ANALIZZARE - MAPPARE

Analisi delle attività della Società e mappatura degli stakeholder (personale, istituzioni sportive, media, fornitori, ecc.).



### ASCOLTARE

Approfondimenti delle aspettative e dei bisogni dei vari stakeholder.



### AGIRE

Lancio dei progetti «value driven», con la partecipazione di tutti i soggetti direttamente e indirettamente interessati.



### DIALOGARE - MONITORARE

Istituzione di un dialogo qualitativo, continuo e aperto, con tutti gli stakeholder.

# Canali e frequenza di dialogo con gli stakeholder

Lo schema seguente riassume le modalità di relazione in essere con i principali stakeholder della Società.

## PERSONALE

Intranet e portale Risorse Umane; riunioni periodiche; processi di valutazione; attività di formazione; incontri con il management; relazioni sindacali; team building.

## PRATICANTI SPORT, POTENZIALI PRATICANTI

Seminari ed eventi; webinar; campagne informative e di comunicazione; sito web istituzionale e social media; monitoraggi.

## MEDIA

Conferenze; comunicati; attività di ufficio stampa; sito web istituzionale e social media; media relation.

## AUTORITÀ DI GOVERNO

Incontri periodici; comunicazioni istituzionali; tavoli e gruppi di lavoro; Bilancio Economico Finanziario; Bilancio di Sostenibilità.

## COMUNITÀ ED ENTI LOCALI

Partnership per progettualità; protocolli e convenzioni; campagne informative; workshop; sito web e social media; Bilancio di Sostenibilità.

## FORNITORI

Piattaforma telematica dedicata agli acquisti; incontri con category manager; gare; brief; monitoraggi.

## ISTITUZIONI SPORTIVE (CONI, CIP, FSN/DSA/EPS AB/GSMC)

Comunicazioni istituzionali; incontri periodici; gruppi di lavoro e commissioni; sito; canali social; monitoraggi; help line; call e webinar; Bilancio Economico Finanziario; Bilancio di Sostenibilità.

## ASSOCIAZIONI, SOCIETÀ E COLLABORATORI SPORTIVI

Sito web istituzionale e social media; webinar e incontri periodici; eventi di promozione sportiva; help line telefonica e via e-mail; monitoraggi.

## ISTITUZIONI

Comunicazioni istituzionali; gruppi di lavoro e commissioni; incontri periodici; convegni; convenzioni e partnership per nuove progettualità; Bilancio Economico Finanziario; Bilancio di Sostenibilità.

## SCUOLE E UNIVERSITÀ

Protocolli di intesa e convenzioni; gruppi di lavoro e commissioni; incontri periodici; eventi e webinar; sito web istituzionale e social media; help line; monitoraggi.

Il sito istituzionale e i social media della Società sono canali fondamentali per comunicare e interagire con i diversi stakeholder. Questi asset, infatti, permettono di velocizzare la diffusione delle informazioni, di raggiungere migliaia di utenti in contemporanea e di creare con loro relazioni e senso di comunità.