

FAI CANESTRO CON LA SOSTENIBILITÀ

*Sport, sostenibilità e imprese: presentazione
del percorso ESG di Pallacanestro Reggiana*



24.03.2026 - h.18:00

L'evento si terrà presso:

SCHIATTI CLASS

Via Amilcare Cipriani, 6 Reggio Emilia





Sport, imprese e sostenibilità

L'ESG come fattore di competitività

Francesco Raimondi





Sostenibilità finanziata: da obbligo a leva strategica

Il caso Pallacanestro Reggiana

La sostenibilità non è un adempimento, ma una **leva**
concreta di crescita e competitività:

Finanziabile

Misurabile

Capace di generare
valore strategico



Il modello di sostenibilità finanziata

- 1 Integrazione tra **ESG** e finanza agevolata
- 2 La **sostenibilità** diventa **progetto finanziabile**
- 3 Accesso a **risorse pubbliche** e incentivi
- 4 Trasformazione da **costo** ———→ **investimento strategico**
- 5 **Misurazione e rendicontazione** del valore generato

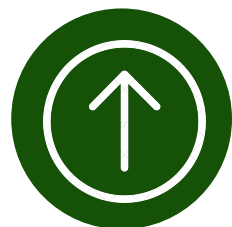
Il nostro modello parte da un presupposto semplice: la **sostenibilità** non deve pesare sui bilanci, ma essere **finanziata** e quindi **accelerata**.



Il ruolo della sostenibilità nello sport



I club sportivi sono **piattaforme sociali ad alto impatto**



Crescente attenzione di: **Sponsor** **Tifosi** **Istituzioni**



ESG = reputazione + credibilità

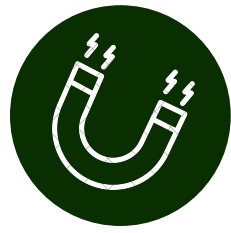


Lo sport come **acceleratore culturale della sostenibilità**

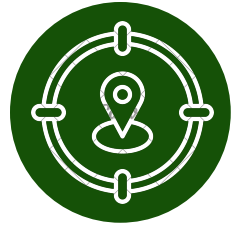
Le società sportive non sono solo organizzazioni agonistiche ed economiche, ma **attori sociali**. La sostenibilità rafforza il loro **ruolo** e la loro **identità**.



ESG = valore per club e partner



Maggiore attrattività **per sponsor e investitori**



Rafforzamento del **brand e posizionamento**



Accesso a **nuove opportunità di finanziamento**



Coinvolgimento più forte di **community e stakeholder**



Partnership più solide e coerenti

L'ESG non è solo compliance: è uno **strumento concreto** per **generare valore economico e relazionale**.



VALUE
TARGET

Dal bilancio di sostenibilità al vantaggio competitivo

La sostenibilità è:

Misurabile

Finanziabile

Comunicabile

Il caso Reggiana = esempio concreto

→ Prossimo passo: integrare **ESG nella strategia** del Club

La vera sfida non è fare sostenibilità, ma usarla per **diventare più competitivi**.





Il percorso ESG di Pallacanestro Reggiana

Dal valore strategico alla misurazione completa

Stefania Mastropietro



Perché un percorso ESG per una società sportiva



La sostenibilità è oggi una **leva di posizionamento e credibilità**



Anche una società sportiva genera **impatti ambientali, sociali e di governance**



L'ESG aiuta a leggere **priorità, opportunità e aree di sviluppo**

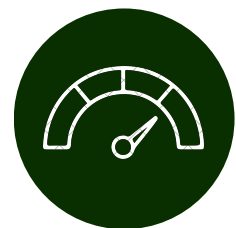


Per il club, l'ESG rafforza la **relazione con sponso territorio e stakeholder**



R VALUE
TARGET

Obiettivi del progetto



OBIETTIVO 1

Fotografare il
profilo ESG
attuale del club



OBIETTIVO 2

Individuare
punti di forza e
aree da rafforzare



OBIETTIVO 3

Definire una **base**
concreta per le
priorità di sviluppo



OBIETTIVO 4

Porre le basi per un
Bilancio di
Sostenibilità capace
di rafforzare
attrattività, credibilità
e dialogo con
partner, stakeholder e
territorio



VALUE
TARGET

Metodologia adottata per l'analisi e il rating ESG



Raccolta dati e informazioni



Analisi delle **aree E, S e G**



Attribuzione del **rating ESG**



Lettura di **priorità, miglioramenti e direttrici di sviluppo**



La fotografia complessiva

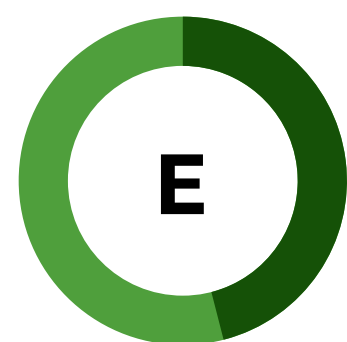


Siamo nella **serie A**
della sostenibilità



La lettura dei 3 pilastri ESG

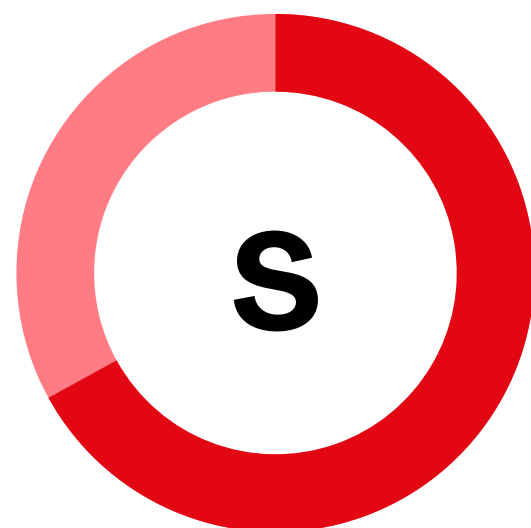
AMBIENTALE



46/100

Ambito da
strutturare di più

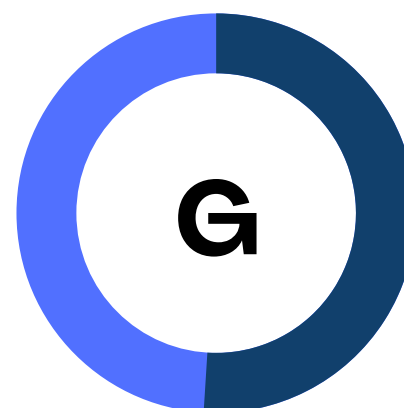
SOCIALE



67/100

Pilastro oggi
più solido

GOVERNANCE



51/100

Base presente
da rafforzare



Le principali aree di forza



RESPONSABILITÀ SOCIALE

=

Forte radicamento territoriale



76/100



SALUTE E SICUREZZA

=

Affidabilità organizzativa



75/100



INNOVAZIONE

=

Apertura nuovi progetti



67/100



RIFIUTI

=

Concretezza operativa



79/100

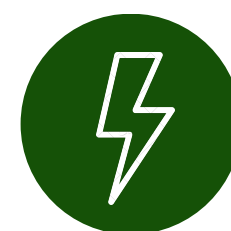
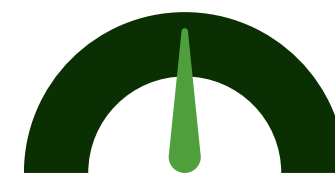


VALUE
TARGET

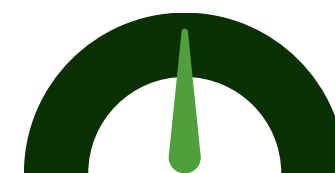
Le aree da rafforzare



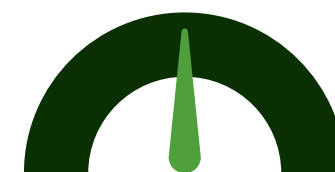
Ambiente: Le iniziative ambientali vanno inserite in un percorso più organico, con obiettivi e indicatori chiari



Energia: serve una gestione più ordinata dei consumi, per ridurre sprechi e migliorare l'efficienza energetica



Trasparenza: serve una misurazione più chiara dei risultati e un modo più ordinato per comunicarli



—————→ **Nuovi spazi di coprogettazione**



Il valore del rating

Il rating trasforma la sostenibilità in un'**agenda concreta di priorità**.



Dal rating a progettualità e partnership

1 RATING

Profilo ESG

chiaro e credibile

+6/10%

Miglioramento ESG stimato
per sponsor attuali

2 PROGETTUALITÀ

Iniziative ESG
attivabili con i
partner

+10/18%

Miglioramento ESG stimato
per nuovi sponsor

3 PARTNERSHIP

Valore concreto e
rendicontabile
per gli **sponsor**

*La sponsorizzazione evolve da visibilità sportiva a
investimento ESG concreto, misurabile e rendicontabile.*



VALUE
TARGET



Dalla teoria alla pratica

Esempi di partnership sostenibili e progetti futuri

Davide Draghi
Francesco Iori



Essere Sponsor

Visione differente: parte di un **ECOSISTEMA**

1

Creare
opportunità
di **business**

Visibilità

Aumento indotto

2

Unire
il **territorio**
attraverso
il basket

Rafforzare legami

Community vere
e non di facciata

3

**GENERARE
VALORE
RECIPROCO**

**Win - Win
Situation**



Una nuova visione

Visione differente: parte di un ECOSISTEMA

BASKET GARDEN: PROGETTUALITÀ CONDIVISA

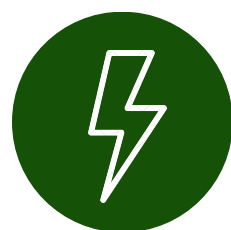
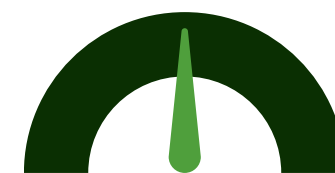
Lo spazio dove nascono nuove opportunità



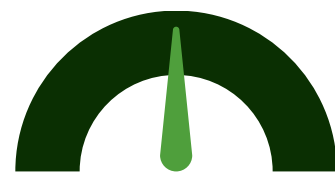
Le aree di sviluppo



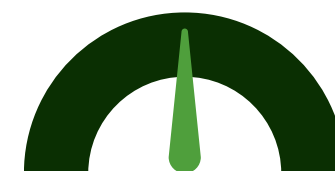
Ambiente: Le iniziative ambientali vanno inserite in un percorso più organico, con obiettivi e indicatori chiari



Energia: serve una gestione più ordinata dei consumi, per ridurre sprechi e migliorare l'efficienza energetica



Trasparenza: serve una misurazione più chiara dei risultati e un modo più ordinato per comunicarli



Le aree di sviluppo

***BASKET GARDEN:
NUOVI SPAZI DI
COPROGETTAZIONE***



Governance: digitalizzazione



Partner: **TECNOUFFICIO**



Obiettivo:

- Digitalizzazione archivi
- Eliminazione server fisici
- Cloud
- Risparmio energetico
- Diminuire utilizzo materiali
- Ottimizzare e tracciare i processi



Sociale: Progetto HAND-UP



Partner: **FCR, BCC EMILBANCA, COOPSERVICE, ME-CART, FONDAZIONE COLLEGIO SAN CARLO**



Obiettivo:

- Sensibilizzazione su tematiche attuali
- Coinvolgimento della comunità
- Supporto ed aiuto ai più giovani
- Tracciabilità delle attività: persone coinvolte, impatto generato



VALUE
TARGET

Ambiente: Parco auto e Hearth Day



Partner: **UNIPOL RENTAL, SCHIATTI CLASS, SEVERI & SCORCIONI, F.LLI BONACINI, VOLTO MOTORCLUB, AUTO GEEPY**



Obiettivo:

- Riduzione emissioni CO2
- Educazione e sensibilizzazione della comunità
- KPI misurabili in termini "green"
- Possibili sviluppi sul fotovoltaico



VALUE
TARGET



***DOMANDE DAI
PARTECIPANTI***





***GRAZIE A TUTTI
PER LA
PARTECIPAZIONE!***

