













## SOSTENERE L'INNOVAZIONE

Alla base del nostro lavoro, poniamo anche uno sguardo verso il futuro con l'idea che la rivoluzione tecnologica consenta di affrontare la sfida sul piano digitale, per catturare l'attenzione dei giovani e per risolvere determinati problemi sociali. È il modello «**human technology oriented**», capace di mettere la tecnologia al servizio della persona, che deve sempre rimanere al centro del Sistema.

## RISPETTARE LE REGOLE

Il calcio che vogliamo è basato sul rispetto di regole chiare ed essenziali che vanno continuamente aggiornate e valgono per tutti. L'unica convivenza possibile è quella che ci vede impegnati nella costante verifica della loro accettazione e quindi del loro rispetto, presidiando così la coerenza con la nostra identità, la continuità e la sostenibilità del «**sistema**» per dar vita ad una **Responsabilità Sociale Sportiva**.

## POTENZIARE LA RESILIENZA

Affrontare le situazioni di difficoltà e di cambiamento richiede anche il potenziamento delle **capacità di adattamento** per continuare nello sviluppo sportivo, economico, sociale e ambientale. Chi investe nel nostro calcio è un **eroe consapevole** che produce un **impatto sociale** forte e ci stimola a pensare al futuro in modo diverso, trovando soluzioni alternative ai problemi e alle sfide che ci attendono.

## STIMOLARE LE SINERGIE

Le **sfide** che abbiamo di fronte non si possono vincere da soli, occorre un'azione di sistema, un percorso condiviso, in cui interloquire più direttamente con i nostri principali stakeholder. Con l'**identificazione** e il coinvolgimento dei portatori d'interesse che si riconoscono nei **nostri valori**, mettiamo al centro il disegno di un **calcio inclusivo**, giovane, dinamico, innovativo, foriero di pari opportunità e socialmente utile.

## COINVOLGERE I TIFOSI

**Educare** e riportare anche i giovani allo stadio è un processo lungo che richiede competenze specifiche, relazioni strutturate nel tempo e una **responsabilità condivisa**. Il cambiamento da innescare è soprattutto di tipo culturale; è necessario pertanto investire in marketing, sicurezza e qualità delle infrastrutture affinché lo stadio possa tornare a essere un luogo di **aggregazione sociale**.