

Contesto

Cosa fare quando la percezione dei nostri stakeholder non è coerente con la nostra visione della realtà? Come comprendere quali siano i loro interessi, andando al di là delle posizioni? (es. NO TAV) E come far cambiare loro idea?

Il percepito dei nostri stakeholder non è quello che noi pensiamo ma richiede la raccolta di informazioni e dati qualitativi che ci consentano di comprendere le loro priorità in relazione a noi, al nostro settore e alla nostra attività. Nella sua accezione più ampia, per stakeholder engagement facciamo riferimento a un processo sistematico di dialogo e di coinvolgimento degli stakeholder, che nasce dalla comprensione dei loro bisogni ed è orientato alla soddisfazione delle loro aspettative. Esistono diversi modelli e innumerevoli strumenti ma spetta all'organizzazione selezionare quello giusto in funzione del risultato atteso e del livello di coinvolgimento più opportuno. In questo corso proveremo a fornire ai partecipanti una chiave di lettura per ripensare gli strumenti di ascolto e coinvolgimento dei propri stakeholder.

Obiettivi

- Inquadrare il tema dello stakeholder engagement a partire dall'analisi delle principali teorie oggi disponibili
- Illustrare gli elementi chiave del processo di coinvolgimento degli stakeholder e i principali strumenti disponibili
- Analizzare le best practices a livello nazionale e internazionale, anche al di fuori del settore delle utilities
- Avviare la costituzione di una community che favorisca lo scambio di esperienze

Destinatari

Per la natura estremamente trasversale, il corso è rivolto a diverse aree aziendali, in primis a quelle che vivono in modo più diretto l'influenza degli stakeholder esterni.

Durata e modalità di svolgimento

Il corso di formazione si svolgerà in due moduli **mercoledì 27 maggio e giovedì 28 maggio** in video-conferenza con la piattaforma Zoom; il link con password sarà fornito a tutti gli iscritti con mail individuale.

Di seguito i programmi dettagliati.

Programma dettagliato

Mercoledì 27 maggio

14.30 – 17.00

- Perché le aziende hanno bisogno di dialogare con gli stakeholder
 - Stakeholder engagement: le teorie, i modelli di riferimento e gli strumenti disponibili
-

Programma dettagliato

Giovedì 28 maggio

9.30 – 11.00

- Analisi dei casi di successo e delle storie di insuccesso (case study associata)
 - Lesson learned e conclusioni
-

DOCENTI



Carlo Cici (The European House Ambrosetti)

Head of Sustainability in The European House – Ambrosetti. Aziendalista con 25 anni di esperienza in strategie di sostenibilità, reporting, stakeholder engagement, valutazione d’impatto. E’ stato per 8 anni titolare della cattedra di Politica Ambientale e poi di Comunicazione Ambientale e Sociale presso l’Università Statale di Milano. Prima di entrare in Ambrosetti ha lavorato in Arthur Andersen, Deloitte, RGA e Ey.
