



BILANCIO SOCIALE E DI MISSIONE 2020

Emmanuele Macaluso (1, 2, 3)

1

Nota di CSR

Questo documento è a tua disposizione online, e potrai scaricarlo gratuitamente in qualsiasi momento. Non stamparlo, riducendo l'utilizzo di carta, ti prenderai cura dell'ambiente che ti circonda e anche di quello che non puoi vedere con i tuoi occhi. Grazie in anticipo.

Tutti i dati presenti in questo documento sono aggiornati al 14 dicembre 2020, sono veritieri e riscontrabili. Il presente bilancio è stato redatto e pubblicato nel mese di gennaio 2021 sotto la supervisione del Comitato Etico Scientifico del Manifesto del Marketing Etico

- 1) Factory Performance Associazione – Divisione Ricerca, Torino - Italia
- 2) Manifesto del Marketing Etico (The Manifesto for Ethical Marketing), Torino – Italia
- 3) EM314, Torino – Italia

Emmanuele Macaluso

Marketing e Comunicazione, Ricerca, Divulgazione

c/o Factory Performance Associazione / Manifesto del Marketing Etico, Torino (Italia)

W. emacaluso.com - E. emmanuele.macaluso@gmail.com

INDICE

> Copertina e nota di CSR	Pag. 1
> Introduzione	Pag. 3
> La gestione sportiva di EM314	Pag. 5
> Area Marketing e Comunicazione	Pag. 7
> Uno degli atleti più popolari nella MTB in Italia	Pag. 7
> Volumi Media e Audience	Pag. 7
> Rassegna stampa (Testate giornalistiche e articoli di stampa)	Pag. 8
> Volumi social media	Pag. 9
> CSR	Pag. 11
> Mission Dark Sky	Pag. 11
> Giù le Mani dai Bambini	Pag. 11
> Io rispetto il ciclista (27 settembre 2020)	Pag. 11
> Manifesto dello Sport (adesione 13 novembre 2020)	Pag. 12
> Case history universitario (Memorandum)	Pag. 12
> Recap	Pag. 13
> Metodologia e fonti dei dati	Pag. 14
> Scheda tecnica EM314	Pag. 15
> Contatti	Pag. 16
> Contatti EM314	Pag. 16
> Contatti autore del Bilancio sociale e di missione	Pag. 16
> Nota di CSR	Pag. 16

INTRODUZIONE

Ho sempre cercato di ambire all'eccellenza. L'ho fatto dapprima nella mia prima carriera sportiva. L'ho fatto successivamente nella mia carriera nel marketing, comunicazione e divulgazione scientifica. Mi è sembrato quindi naturale ricercarla anche in questa mia nuova avventura sportiva e imprenditoriale. Per questa ragione mi è sembrato altresì naturale mettere a disposizione di questo progetto le mie competenze professionali e redigere il bilancio sociale e di missione che seguirà nelle prossime pagine. Una scelta inusuale nella disciplina della MTB e nello sport in genere, laddove non vi sia l'obbligo di legge.

Anche in questo EM314 vuole fare la differenza e essere un riferimento. Un riferimento che evidenzia anche la curiosità di una stesura del bilancio sociale e di missione redatto dal responsabile dell'area marketing e comunicazione che, in contemporanea, è anche l'atleta al centro del progetto stesso.

Il 2020 è stato un anno tristemente anomalo. L'emergenza sanitaria globale per il Covid-19, e la conseguente cancellazione del calendario agonistico, ha portato inevitabilmente al rinvio del debutto sportivo dell'atleta. Tuttavia, nonostante la cancellazione delle attività agonistiche, tutte le aree del progetto hanno lavorato per supportare l'atleta e tutto il suo indotto in previsione del debutto nel 2021. Attività che ha prodotto risultati dei quali renderemo conto in questo documento.

3

Tra queste segnaliamo alcuni fatti che meritano, a nostro avviso, una particolare attenzione. Proprio il rinvio del debutto dell'atleta a causa del Covid-19 ha portato alla stesura di un memorandum con la rimodulazione della strategia di marketing che è stato reso pubblico e scaricabile gratuitamente. Il memorandum è diventato un caso studio universitario.

L'area marketing e comunicazione ha supportato il rinvio e la successiva preparazione dell'atleta in vista del debutto. Tali attività hanno ricevuto una notevole attenzione sulla stampa e sui social media, al punto da rendere EM314 uno degli atleti della MTB più popolari in Italia.

La valorizzazione stessa del brand EM314 è stata al centro di azioni di comunicazione. Tra attività di valorizzazione sulla stampa e i media, la creazione di una futura linea di merchandising, l'inserimento del logo all'interno di opere d'arte certificate e la stesura di questo documento; l'insieme di queste azioni hanno prodotto un accrescimento del valore del brand EM314.

Dal punto di vista della gestione sportiva, nonostante le limitazioni dell'emergenza sanitaria, l'atleta ha continuato la sua preparazione atletica in sicurezza, alternando attività atletiche agli allenamenti in bici.

Al fine di rendere maggiormente comprensibile la lettura delle pagine seguenti, rendiamo noto che, dal punto di vista organizzativo, il progetto EM314 è suddiviso in 3 aree:

- 1) Area gestionale e amministrativa
- 2) Gestione sportiva
- 3) Area Marketing, comunicazione e CSR (*Corporate Social Responsibility*)

Emmanuele Macaluso

Marketing e Comunicazione, Ricerca, Divulgazione

c/o Factory Performance Associazione / Manifesto del Marketing Etico, Torino (Italia)

W. emacaluso.com - E. emmanuele.macaluso@gmail.com

Il presente documento prenderà in considerazione le aree 2 e 3. La stesura di un bilancio dell'area 1 sarà pubblicato al termine della prima stagione agonistica, e di conseguenza del primo ciclo produttivo.

In virtù della tipologia del documento, l'area CSR sarà esplorata con un focus specifico, separata dall'area marketing e comunicazione.

Tutti i dati presenti in questo documento sono reali e riscontrabili. Tutti i dati, come segnalato sul frontespizio e in altre parti del presente bilancio, sono aggiornati al 14 dicembre 2020.

Fatte queste premesse, al termine di questa introduzione, non resta che augurare al lettore una buona lettura, nella speranza di aver dato un onesto contributo alla necessità di trasparenza presente in tutti i membri del progetto EM314, che ho l'onore di rappresentare.

Emmanuele "EM314" Macaluso

LA GESTIONE SPORTIVA DI EM314

La gestione delle attività sportive di EM314 è risultata molto complessa nel 2020. La cancellazione del calendario agonistico 2020 a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19 ha portato ad una rimodulazione della preparazione atletica dell'atleta, limitata dalle limitazioni di movimento all'aperto dovute all'emergenza di cui sopra. Limitazioni particolarmente stringenti in virtù del primo lockdown della primavera, e del secondo dell'autunno/inverno che hanno visto il Piemonte (regione di residenza dell'atleta) contrassegnato per primo come "zona rossa", con conseguente innalzamento massimo delle limitazioni di spostamento e delle attività all'aperto.

Dal punto di vista della preparazione atletica, l'atleta si è trovato anche nella necessità di modificare la conformazione della propria corporatura per adattarla alla sua nuova attività sportiva in bicicletta. Dopo anni di attività nel lancio del giavellotto, e a 10 anni dal suo ritiro avvenuto nel 2009, l'atleta ha dovuto depotenziare la parte superiore del suo corpo e lavorare sul miglioramento del suo rapporto peso-potenza. Parametro particolarmente sensibile nel ciclismo. Per affrontare al meglio questo processo di cambiamento, adattandolo alle limitazioni di cui abbiamo dato conto in precedenza, l'atleta si è affidato ad un preparatore atletico professionista: Roby Daniele Sais.

La collaborazione tra EM314 e Sais è iniziata nel mese di luglio 2020. Dal mese di luglio a quello di dicembre, il lavoro sul rapporto peso-potenza, ha portato ad un progressivo abbassamento del parametro "peso" di oltre 20 kg. Tale abbassamento ha portato ad un notevole miglioramento delle performance soprattutto nell'attività sportiva in salita.

È stata data attenzione anche al miglioramento dell'azione di conduzione e guida del mezzo, facendo partecipare l'atleta a corsi di guida tenuti dal maestro federale Piero Ruffino. Nello specifico, i corsi svolti sono stati 3.

Nella tabella di seguito, i parametri derivanti dall'attività "in sella" svolta dall'atleta nel 2020:

	Allenamento: Km in bici	Gara: km in bici	Dislivello (mt)	Tempo in sella
2019	518,71	ND	ND	11h 28m
2020	2.198	ND	17283	139h 10m
TOT	2.716,71	ND	17283	150h 18m

Note:

- 1) I dati presenti in questa tabella sono stati elaborati dalla App "Strava" e confrontati con il ciclocomputer di bordo "CatEye" e il cardiofrequenzimetro satellitare Uwatch3 - Umidigi
- 2) Il parametro legato al dislivello attivo percorso è disponibile solo dall'attivazione dell'app "Strava" effettuata il 6 marzo 2020 e non tiene conto degli allenamenti precedenti.
- 3) Nel 2019 l'attività è iniziata nel mese di ottobre

Emmanuele Macaluso

Marketing e Comunicazione, Ricerca, Divulgazione

c/o Factory Performance Associazione / Manifesto del Marketing Etico, Torino (Italia)

W. emacaluso.com - E. emmanuele.macaluso@gmail.com

La tabella mostra i parametri dell'atleta in bicicletta. Ricordiamo che tutte le attività sono state svolte utilizzando la MTB che l'atleta utilizzerà in gara. Precisiamo altresì che il chilometraggio del 2020 è stato limitato dall'emergenza sanitaria e dalla necessità tecnica di sottoporre l'atleta ad altre attività di natura sportiva non in sella, per velocizzare il processo di perdita del parametro "peso". Tra queste, a titolo esemplificativo, segnaliamo la percorrenza di 288 chilometri per l'attività di camminata veloce nel periodo luglio-dicembre.

Per il 2021, è atteso un innalzamento di tutti valori presenti nella tabella, e una suddivisione tra attività di allenamento e attività in gara. Per le ragioni dichiarate precedentemente, tutte le attività sportive del 2020 sono da intendersi a titolo di allenamento.

AREA MARKETING E COMUNICAZIONE

La MTB non gode della stessa visibilità mediatica, sui media tradizionali, del ciclismo su strada. EM314 ha cercato di ovviare a questo fattore cercando di ottimizzare le azioni di marketing e comunicazione attraverso partnership strategiche e azioni specifiche sui propri canali di comunicazione.

Uno degli atleti più popolari nella MTB in Italia

Fin dall'ottobre 2019, data di ufficializzazione del ritorno di Macaluso nello sport, la partnership con Cosmos Media Italia (ufficio stampa) ha portato ad un notevole numero di articoli di stampa pubblicati sul progetto EM314. Attività stampa che è stata poi rilanciata anche sui canali ufficiali e sui social.

Nel 2020 sono nati anche 3 nuovi canali ufficiali. Nel mese di marzo è stata pubblicata la pagina ufficiale di EM314, che in pochi mesi ha superato i 1.000 fan. Successivamente è stata pubblicata anche la pagina LinkedIn del progetto, che conta attualmente quasi 200 professionisti del settore tra i suoi follower. Infine, nell'ottobre 2020 è stato pubblicato il sito web ufficiale che ha sostituito le pagine web provvisorie ospitate sul sito professionale di Macaluso. A questi tre si aggiunga il blog ufficiale di EM314 che era stato pubblicato nell'ottobre del 2019, in contemporanea con la presentazione del progetto.

L'insieme coordinato e strutturato di queste attività comunicative, che uniscono canali ufficiali, attività stampa e social, fanno di Emmanuele "EM314" Macaluso uno degli atleti più popolari in Italia impegnati nella MTB.

7

Volumi Media e audience

Popolarità destinata a crescere ulteriormente, grazie all'aumento dei fan/follower sui social media ufficiali e alla nascita di azioni di marketing correlate all'imminente nascita del fan club ufficiale "La Crew" e alla produzione del merchandising ufficiale attualmente allo studio.

Con questo documento desideriamo dare conto al lettore dei volumi di attenzione che hanno interessato EM314 tra la fine del 2019 e il 2020. Ovvero dalla presentazione del progetto, avvenuta nell'ottobre 2019, alla fine del 2020.

Oltre ai numeri, questa scelta editoriale vuole mettere in evidenza anche gli andamenti di crescita del progetto.

In ultima analisi, desideriamo sottolineare come questa crescita sia avvenuta nonostante il blocco delle attività sportive generate dall'emergenza sanitaria Covid-19, che ha portato – lo ricordiamo – al rinvio del debutto sportivo dell'atleta presumibilmente al 2021.

Suddividiamo l'analisi che segue, suddividendo l'area stampa e quella legata all'attività dei social media.

Rassegna Stampa

L'attività sulla stampa è stata sempre riconosciuta come strategica e primaria. È infatti anche (e soprattutto) sulla stampa che si attuano le strategie di brand management e personal branding in modo più efficace.

EM314 è stato al centro dell'attenzione di molte testate giornalistiche sia di settore (sportivo) che generaliste in ambito nazionale e locale.

Dalla nascita del progetto al mese di dicembre 2020, in poco più di un anno, sono stati 255 gli articoli di stampa dedicati a EM314, prodotti da 62 testate giornalistiche:

Hanno parlato di EM314 le seguenti testate:

La Gazzetta dello Sport, Corriere dello Sport, Tuttosport, Yahoo Sport, La Stampa, Sport Fair, TorinoSette, Torino Oggi, MTB-Vco, Io Bike, Italciclismo, Torino Sportiva, Sport Notizie, Ciclo News, Sport Over, Ruote Amatoriali, SMPI Sport Marketing Project Italia, Sport Magazine, A Tutto Sport, Piemonte Press, La Notizia, Informazione.it, Comunicativamente, Nella Notizia, Joy Free Press, Factory Performance Official Blog, PRMedia Italia, InTopic, Fai Informazione, The Marketing blog Italia, Comunicati.net, Comunicati No Cost, Zazoom, Comunicati-Stampa.net, Libero, Però Torino, Giù le Mani dai Bambini Official Newsletter, Il Mosaiko Kids, Il mio quartiere, Cosmos Media Italia, Comunicato.eu, Udite Udite, Crew Review, Crisalide Press, The World News, Mondo Notizie, Good Morning News, Italia News 24, Bing News, Link Build Parma, Campioni.cn, Freeonline, Geo News, Yahoo Notizie, News ABC, Notizie in un click, AgoraVox, Academia, Course Hero, Il Giornale dello Sport, News Sport.

Testate giornalistiche: **62**

Articoli: **255**

	2019	2020	TOT
Articoli di stampa	92	163	255

	2019	2020	TOT
Testate giornalistiche	43	49	62 Testate uniche
Testate sportive	11	14	
Testate generaliste	32	35	

La rassegna stampa completa, con tutti i riferimenti e i link ai singoli articoli è disponibile sul sito ufficiale di EM314 www.em314official.com nella sezione "press".

Emmanuele Macaluso

Marketing e Comunicazione, Ricerca, Divulgazione

c/o Factory Performance Associazione / Manifesto del Marketing Etico, Torino (Italia)

W. emacaluso.com - E. emmanuele.macaluso@gmail.com

Volumi social media

I social sono stati sottoposti ad una forte attività da parte dell'area marketing di EM314. Le azioni sono volte all'accrescimento della platea di fan/follower e alla condivisione di contenuti atti alla valorizzazione del brand EM314 e dell'atleta. Dalla creazione dei canali ufficiali non sono mai stati acquistati servizi a pagamento sulle singole piattaforme, e quindi i dati sono da ritenersi come "organici", nonostante le continue restrizioni delle singole piattaforme che, al fine di incentivare l'acquisto di servizi a pagamento, cambiano sempre più spesso gli algoritmi, a discapito delle interazioni e della condivisione organica dei contenuti.

I dati social di EM314 si suddividono in due aree operative:

> Area operativa 1 – Canali ufficiali Emmanuele Macaluso / EM314

Fanno parte di questa area tutti i canali ufficiali social sotto il diretto controllo operativo e dedicati all'atleta e al progetto. Questo concetto sarà ben sviluppato nella tabella sottostante.

> Area operativa 2 – Canali ufficiali dei partner di EM314

I partner tecnici e i media partner di EM314 mettono a disposizione del progetto, con la volontà di svolgere azioni di co-marketing, i propri canali social. Questa attività, frutto di accordi, fa aumentare il numero di utenti raggiungibili dalle azioni di marketing di EM314. La tabella sottostante spiega approfonditamente questa opportunità comunicativa.

Tabella Area operativa 1 – Canali ufficiali Emmanuele Macaluso / EM314

EM314 - Emmanuele Macaluso	31/12/2019	30/06/2020	14/12/2020
Instagram Emmanuele Macaluso - EM314	2043	4855	9214
Facebook Personal Profile Emmanuele Macaluso	4951	4951	4950
Facebook Official Page Emmanuele Macaluso	2410	3011	3141
Linkedin Emmanuele Macaluso	932	1098	1135
Twitter Emmanuele Macaluso	1070	1198	1447
Facebook Official Page EM314	//	729	1092
Linkedin Official Page EM314	//	95	193
TOT	11.406	15.937	21.172

Note:

- 1) Facebook Official Page EM314 aperta il 18/03/2020
- 2) Pagina Linkedin EM314 aperta il 4/05/2020

Tabella Area operativa 2 – Canali ufficiali dei partner di EM314

Network partner EM314	31/12/2019	30/06/2020	14/12/2020
Factory Performance FB	623	696	873
SMPI - FB	528	763	912
SMPI - Twitter	74	137	245
TMBI - FB	549	576	796
COSMOS MEDIA ITALIA FB	720	779	948
COSMOS MEDIA ITALIA Twitter	474	479	478
MDS FB	714	780	882
MDS Twitter	176	194	256
MDS Instagram	210	218	218
GLMDB FB	5173	5271	5386
TOT	9.241	9.893	10.994

CSR

(Corporate Social Responsibility – Responsabilità Sociale d’Impresa)

La responsabilità sociale d’impresa, così come precedentemente dichiarato alla stampa e sul sito ufficiale, è uno dei motivi fondanti del progetto EM314. Fin dall’inizio infatti, l’atleta voleva mettere a disposizione delle campagne sociali che supporta la credibilità e popolarità che ha raggiunto svolgendo la sua attività professionale nel marketing e nella divulgazione scientifica.

A tal proposito, ha quindi selezionato una serie di campagne sociali che supporta dandone visibilità attraverso i propri canali ufficiali o con azioni ad hoc.

La stessa stesura del Bilancio Sociale rappresenta a tutti gli effetti un’azione di CSR. Un vero e proprio *unicum* nel panorama sportivo italiano, dove non risulta che vi siano atleti che redigano e pubblichino un bilancio ufficiale correlato alle azioni tecniche e sociali delle proprie attività.

Un ennesimo atto di trasparenza e di conseguente valorizzazione del progetto EM314, che svolge un’attività professionale anche se non richiesta dalle leggi vigenti.

Di seguito l’elenco delle attività di CSR svolte dal Emmanuele “EM314” nel 2020.

Giù le Mani dai Bambini

Giù le Mani da Bambini ONLUS è una Campagna di farmacovigilanza contro l’abuso di psicofarmaci sui minori. Emmanuele Macaluso è testimonial della Campagna fin dalla sua prima carriera sportiva conclusa nel 2009. EM314 supporta questo importante tema anche nel nuovo progetto sportivo di Emmanuele Macaluso.

11

Mission Dark Sky

Mission Dark Sky è una campagna globale di sensibilizzazione sulle conseguenze dell’inquinamento luminoso sulla salute umana e l’osservazione del cosmo. La campagna è stata fondata dal sito di divulgazione scientifica COSMOBSERVER nel 2019. Oltre ad esserne un fondatore, Emmanuele Macaluso – in qualità di global ambassador – porta queste tematiche sui campi di gara, in mezzo ad un’utenza difficilmente raggiungibile dalle “linee di comunicazione” scientifiche tradizionali.

Io rispetto il ciclista

In Italia muore in media un ciclista ogni 30 ore a seguito di un investimento stradale. Una tematica che non può lasciare indifferente un ciclista professionista. EM314 è entrata in contatto con questa importante campagna di sensibilizzazione grazie all’amicizia tra Emmanuele Macaluso e la testimonial/promotrice Paola Gianotti. EM314 ha trattato più volte la tematica della sicurezza stradale in articoli sui propri canali e durante interviste e altre attività comunicative, citando la campagna “Io rispetto il ciclista”. Il 27 settembre 2020, EM314 ha appoggiato la campagna dedicando un post sui propri canali ufficiali, nel quale Emmanuele Macaluso veniva ritratto con una maglia della campagna.

Emmanuele Macaluso

Marketing e Comunicazione, Ricerca, Divulgazione

c/o Factory Performance Associazione / Manifesto del Marketing Etico, Torino (Italia)

W. emacaluso.com - E. emmanuele.macaluso@gmail.com

Manifesto dello sport

Il Manifesto dello sport è un documento che elenca una serie di diritti e regole a favore degli sportivi e della pratica sportiva in Italia. EM314 ha aderito al Manifesto dello Sport, sottoscrivendolo, il 13 novembre 2020. Al fine di dare visibilità al documento, EM314 ha attuato in modo indipendente un'azione di stampa a favore della campagna.

EM314 un case history universitario grazie ad un memorandum strategico

A seguito del rinvio del debutto per l'emergenza sanitaria Covid-19, EM314 si è trovato nella necessità di dover rimodulare la propria strategia di marketing in un momento estremamente complesso. Dopo aver rimodulato la strategia di marketing e comunicazione di EM314, Emmanuele Macaluso ha deciso di semplificarla e di renderla pubblica, in modo da condividere (a titolo gratuito) la propria esperienza mettendola a disposizione degli altri manager e dirigenti dell'ambito sportivo.

Il documento dal titolo *"Memorandum: Progetto EM314 - Rimodulazione della strategia di marketing alla luce del rinvio del debutto sportivo per l'emergenza Covid-19"*, è stato pubblicato in data 14 maggio 2020 sul portale "Academia" all'indirizzo web [https://www.academia.edu/43039825/Progetto EM314 Rimodulazione della strategia di marketing alla luce del rinvio del debutto sportivo per l'emergenza sanitaria Covid 19 ITA](https://www.academia.edu/43039825/Progetto_EM314_Rimodulazione_della_strategia_di_marketing_alla_luce_del_rinvio_del_debutto_sportivo_per_l_emergenza_sanitaria_Covid_19_ITA)

12

Il memorandum è scaricabile gratuitamente. A seguito della pubblicazione, al fine di rendere nota la presenza di tale opportunità, EM314 ha attivato un'importante azione di stampa, sui social media ufficiali e su quelli dei partner.

Questa azione di CSR e di marketing dello sport è stata notata da alcuni atenei. Tra questi l'Università della Val d'Aosta, che ha inserito questa attività tra le attività da approfondire nel momento in cui le condizioni sanitarie lo permetteranno. A tutti gli effetti quindi, il memorandum fa di EM314 un case history universitario.

RECAP

> La gestione sportiva di EM314 (2020)

- Km percorsi in bici	2.198 (km)
- Dislivello positivo affrontato	17.283 * (mt)

* Dislivello misurato a partire dal 6 marzo 2020 a seguito dell'attivazione dell'app Strava

> Area Marketing e Comunicazione

Rassegna stampa

- Articoli pubblicati	255
- Testate giornalistiche	62

Social media

- Fan/follower sui canali ufficiali Emmanuele Macaluso/EM314	21.172
- Fan/follower messi a disposizione dai partner	10.994
- Totale fan a disposizione (21.172 + 10.994) =	32.166

> CSR

Campagna sociali supportate da EM314

- Mission Dark Sky
- Giù le Mani dai Bambini
- Io rispetto il ciclista
- Manifesto dello Sport

> Altre attività

EM314 è diventato un case history universitario a seguito della pubblicazione del memorandum *"Memorandum: Progetto EM314 - Rimodulazione della strategia di marketing alla luce del rinvio del debutto sportivo per l'emergenza Covid-19"*

METODOLOGIA E FONTI DEI DATI

Al fine di rendere trasparente il presente documento, è volontà del redattore condividere le fonti che hanno permesso l'attività statistica, quella di analisi e la successiva stesura del Bilancio Sociale e di Missione attualmente in lettura. Suddividiamo l'elenco degli strumenti (fisici e virtuali) seguendo la stessa suddivisione di redazione del documento.

Tutti i dati presenti in questo documento sono veritieri e dimostrabili con l'utilizzo degli strumenti di seguito indicati.

Area gestione sportiva EM314

Verifica e registrazione dei dati "in sella" effettuata incrociando i dati di:

- > Strava (app)
- > Ciclocomputer "CatEye" mod. CC-VT230W
- > Cardiosfrequenzimetro e App "Uwatch3"

Area marketing e comunicazione

Rassegna Stampa: Riferimenti e i link ai singoli articoli disponibili sul sito ufficiale di EM314 www.em314official.com / sezione "press".

14

Social: Verifica dei dati utilizzando gli strumenti delle singole piattaforme:

- > Facebook.com (Insight)
- > Instagram.com
- > Twitter.com
- > LinkedIn.com

Nota alle attività social: Factory Performance, titolare delle attività di marketing del progetto EM314 dichiara formalmente che, alla data di redazione del seguente documento, i dati presenti non sono stati in alcun modo oggetto di azioni a pagamento sulle rispettive piattaforme social. Tutti i volumi quindi, sono da ritenersi come "organici".

SCHEDA TECNICA EM314

Nome: **Emmanuele**
Macaluso: **Macaluso**
Nazionalità: **Italiana**
Residenza: **Torino** (Italia)

Specialità: **MTB Cross Country (XC)**
Team: **Rodman Azimut Squadra Corse**
Debutto: **2021**

Management

Silvia Cauzzi
silvia.cauzzi@foryoullp.uk

Powered by

Factory Performance Associazione – Torino, Italia
<https://factoryperformance.blogspot.com>

Ufficio stampa

Cosmos Media Italia – Torino, Italia
cosmosmediaitalia@gmail.com

Media partner

SMPI Sport Marketing Project Italia
<http://smpitalia.blogspot.com>

Immagine coordinata

BFO Stile – Torino, Italia

Preparazione atletica

Roby Daniele Sais – Torino, Italia

Fornitore tecnico

Guna – Milano, Italia

Attività sociale / CSR

Mission Dark Sky
Giù le Mani dai Bambini ONLUS
Io rispetto il ciclista
Manifesto dello Sport

CONTATTI

EM314

Web: www.em314official.com

Blog: <https://em314official.blogspot.com/>

Instagram: <https://www.instagram.com/emmanuelemacaluso/>

Facebook: <https://www.facebook.com/EM314official>

Twitter: https://twitter.com/E_Macaluso

Contatti autore del Bilancio Sociale e di Missione EM314

Emmanuele Macaluso

Web: www.emacaluso.com

Mail: emmanuele.macaluso@gmail.com

Nota di CSR

Questo documento è a tua disposizione online, e potrai scaricarlo gratuitamente in qualsiasi momento. Non stamparlo, riducendo l'utilizzo di carta, ti prenderai cura dell'ambiente che ti circonda e anche di quello che non puoi vedere con i tuoi occhi. Grazie in anticipo.

Tutti i dati presenti in questo documento sono aggiornati al 14 dicembre 2020, sono veritieri e riscontrabili. Il presente bilancio è stato redatto e pubblicato nel mese di gennaio 2021 sotto la supervisione del Comitato Etico Scientifico del Manifesto del Marketing Etico

Emmanuele Macaluso

Marketing e Comunicazione, Ricerca, Divulgazione

c/o Factory Performance Associazione / Manifesto del Marketing Etico, Torino (Italia)

W. emacaluso.com - E. emmanuele.macaluso@gmail.com