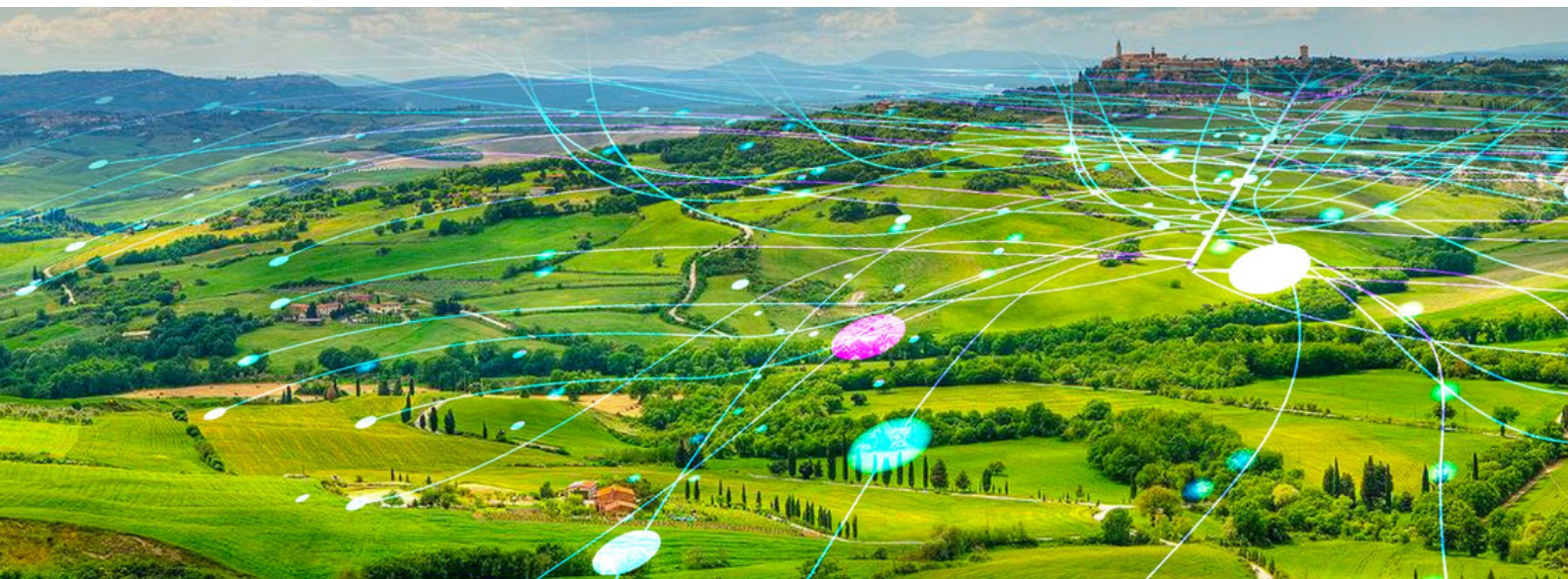


SERRA DIGITALE

La newsletter mensile dei "VIVAISTI" di Terrecablate



L'IMPORTANZA DELL'ASCOLTO PER IL SUCCESSO

Dalla Redazione di Serra Digitale

Siamo soddisfatti della crescita d'interesse di questo mini-giornale dedicato a chi crede nella sostenibilità come modo di far impresa nel tempo. Riportiamo con piacere un commento che ci è giunto dal mini sondaggio di gradimento che trovate nella pagina seguente.

"Con questa newsletter ho senza ombra di dubbio più chiaro cosa voglia dire sostenibilità in quanto informato da una storia reale. Credo che il miglior modo per tenere l'utente informato, siano questi tipi di informazioni, ovvero storie reali sul tema che stiamo affrontando".

Ringraziamo il "vivaista" e lo ripaghiamo con un'altra storia avvincente che ci fa comprendere quanto **l'ascolto degli stakeholder** sia un fattore strategico per il successo di un'azienda.

STORIE DI SOSTENIBILITÀ D'IMPRESA: LEGO

Tutti la conoscono, tutti ci hanno giocato, qualcuno di noi sa che Lego è la più importante e profittevole azienda produttrice di giocattoli al mondo...ma non tutti sanno che intorno ai primi anni 2000, l'azienda era in profonda crisi e stava per fallire. La storia che vogliamo raccontare ci mostra che fare impresa "sostenibile" significa mettere le condizioni per durare nel tempo, attraverso l'ascolto dei propri portatori d'interesse. Ed è proprio la storia di Lego che ci dimostra quanto ciò sia vero. *(continua)*

**Quanto conosci la
sostenibilità d'impresa?**

Mettiti alla prova con
questo mini test!

Clicca su questo [link](#)
oppure scansiona il
QR code!



IN QUESTO NUMERO:

*Storie di sostenibilità d'impresa:
LEGO*

Le novità della Serra

Fai la tua proposta!

Rubrica "L'esperto risponde"



**SOSTENIBILITÀ
SIGNIFICA CREARE
VALORE CONDIVISO,
PER L'AZIENDA IN
TERMINI DI
COMPETITIVITÀ,
MIGLIORANDO ALLO
STESSO TEMPO LE
CONDIZIONI
ECONOMICHE E
SOCIALI DELLE
PERSONE.**

**DAI LA TUA OPINIONE
SULLA [NEWSLETTER](#)!**



(dalla prima pagina) Quando il fondatore Ole Kirk Kristiansen s'inventò il primo iconico mattoncino, desiderava realizzare giocattoli solo destinati ai bambini ed è ciò che perseguì per anni. Ciò nonostante, il successo di Lego cominciò ad appassionare sempre più gli adulti (che erano i veri "acquirenti" dei giochi) al punto che cominciarono negli anni ad arrivare idee e suggerimenti dal pubblico adulto sui prodotti, ma l'azienda rispondeva con una sgradevole presa di posizione: **"Non accettiamo proposte non richieste"**. Una serie di scelte avventate e sbagliate dal punto di vista strategico portò l'azienda sull'orlo della bancarotta nel 2003, quando alcuni dirigenti illuminati cominciarono a comprendere che c'erano moltitudini di appassionati fan dei Lego nel pubblico adulto (AFOL - Adult Fans of Lego), taluni dotati di abilità uniche, da cui potevano attingere idee per progetti e innovazione. L'azienda diede vita all'**AFOL Engagement Team** e iniziò ad ascoltare le istanze provenienti dagli appassionati adulti che hanno di fatto avuto un ruolo essenziale nell'ascesa dell'azienda ai vertici del settore negli ultimi 15 anni. Dal 2014, inoltre, Lego ha investito circa 140 milioni di euro nella ricerca, sviluppo e realizzazione di materie prime sostenibili, con l'obiettivo dichiarato di raggiungere, entro il 2030, il **completo utilizzo di materiali sostenibili**, sia per quanto riguarda gli imballaggi che per le materie prime.

LE NOVITÀ DELLA SERRA

Nella sezione "progetti" che trovate in home page, si rinnova l'iniziativa **"Ma Tu Ci Credi"** - laboratorio di educazione digitale sulle scuole senesi, un progetto d'impatto sociale a cui Terrecablate ha già aderito durante l'anno scolastico passato con 400 alunni delle scuole di Siena e provincia. L'iniziativa nasce da un'idea di Elena Lorenzini, psicoterapeuta ed Elisa Ferri, avvocato, e si svolge attraverso incontri rivolti agli alunni delle scuole di secondo grado di primo livello ed hanno l'obiettivo di informare i giovani sulle **opportunità e sui rischi della navigazione sul web**, attraverso giochi interattivi e un lavoro di gruppo finale al quale i ragazzi sono invitati a partecipare affinché, attraverso esempi pratici, imparino a valutare la propria capacità di utilizzare correttamente i social e di accorgersi dei pericoli che si possono nascondere dietro un profilo o un sito sconosciuto.

Potrete leggere l'intero comunicato stampa dell'iniziativa sul sito di Terrecablate a questo [link](#)

FAI LA TUA PROPOSTA!

La community di Serra Digitale si sta allargando, ma occorre un lavoro di "semina" da parte dei vivaisti. Solo seminando idee è possibile generare progettualità concrete che portino valore alla comunità, alle persone che le propongono, all'ambiente. Fai la tua proposta e **invita altre persone ad unirsi alla community!**

DITE LA VOSTRA: C'È UN ESPERTO CHE RISPONDE

Scrivete le vostre domande su serradigitale@terrecablate.it e gli argomenti più interessanti saranno pubblicati sulla rubrica mensile