



L'Alveare della Sostenibilità aziendale

Come un'alveare, la sostenibilità è una architettura organizzata di elementi che si sviluppa con **ordine** e **coerenza**.

Parti dalla cella in alto "Chi scegli di essere" continua il percorso in senso orario. A ogni cella sarà dedicata una delle schede successive. Seguendo le istruzioni che troverai su ognuna riuscirai a identificare e a mettere nero su bianco i primi **principi cardine della sostenibilità** della tua azienda e il modo per comunicarla al meglio.

Compiuto il primo giro avrai già raccolto un bel po' di miele, ma il lavoro naturalmente non sarà concluso. Questo percorso è un **circolo virtuoso**: ripercorrendolo si affina e accresce il valore generato..

Ogni contenitore ispira, irradia energia sugli altri. Pensare a come rendere sempre più appetibile e desiderabile la tua organizzazione di oggi, attrarre i migliori talenti e fare - allo stesso tempo - del bene all'ambiente, **rende felice ed è contagioso**.

Buon lavoro!



CHI SCEGLI DI ESSERE



Prendi un foglio di carta e rispondi alle domande che trovi qui sotto. Scrivi senza pensare troppo, butta giù le idee che ti vengono in mente. Scrivere è un modo di ragionare e organizzare le idee in concreto. **Concentrati su chi sei**, a quello che fai ci penserai nella prossima scheda.

- Quali sono la tua **Vision** e la tua **Mission**? Perché esisti?
- Quali sono i tuoi **valori**? In cosa credi?
- In quale campo operi? Qual è il tuo **business**?
- Come **coinvolgi** le persone in quello che fai per la tua mission aziendale?

Ora sintetizza i **principi chiave** che sono emersi e che descrivono chi è la tua azienda e come vuoi che sia. Usa al massimo **tre parole** per ogni principio chiave.

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

In fine, scrivi una **presentazione** della tua azienda che metta insieme i principi chiave. Suddividi la presentazione in tre blocchi: **CHI SEI ORA**, **DOVE VUOI ARRIVARE** e **COME PENSI DI FARE**.

CHI SEI ORA	_____

COSA VUOI DIVENTARE TRA 3 ANNI	_____

COME PENSI DI FARE	_____



COSA SCEGLI DI FARE



Come prima, usa un foglio bianco per rispondere ai quattro punti che trovi qui sotto, lasciandoti andare con libertà.
Poi sintetizza il succo dei tuoi pensieri in quattro frasi concise qui sotto.

COSA FACCIAMO E VOGLIAMO CONTINUARE A FARE

<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
-------------------	-------------------

COSA FACCIAMO E VOGLIAMO FARE MEGLIO

<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
-------------------	-------------------

COSA FACCIAMO E VOGLIAMO SMETTERE DI FARE

<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
-------------------	-------------------

COSA NON FACCIAMO E VOGLIAMO INIZIARE A FARE

<hr/> <hr/> <hr/>	<hr/> <hr/> <hr/>
-------------------	-------------------



COME SCELGO DI COMUNICARE



Qual è il tuo tono di voce? Posizionati lungo la linea.



Qual è il tuo registro linguistico?



Hai commesso degli errori di comunicazione? Hai sempre avuto uno stile coerente con l'identità aziendale?

Scrivi cosa terresti e cosa cambieresti del modo di comunicare passato.

COSA TERRESTI?	COSA CAMBIERESTI E COME?
1	1
2	2
3	3



 **PRODOTTI**
 **SERVIZI**
 **PROCESSI**



RIFLETTI SU CIÒ CHE LA TUA AZIENDA OFFRE NEL MERCATO IN CONCRETO

Stampa più copie di questa scheda (almeno una per tema).

Passa in rassegna ogni prodotto, servizio e processo importante per la tua azienda e su cui vuoi lavorare in ottica di sostenibilità.

(Barra la cella del tema che prendi in esame.)

PRODOTTO / SERVIZIO / PROCESSO	ELEMENTI GIÀ SOSTENIBILI	LACUNE DI SOSTENIBILITÀ	PRIMA ATTIVITÀ DA MIGLIORARE



COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER



MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

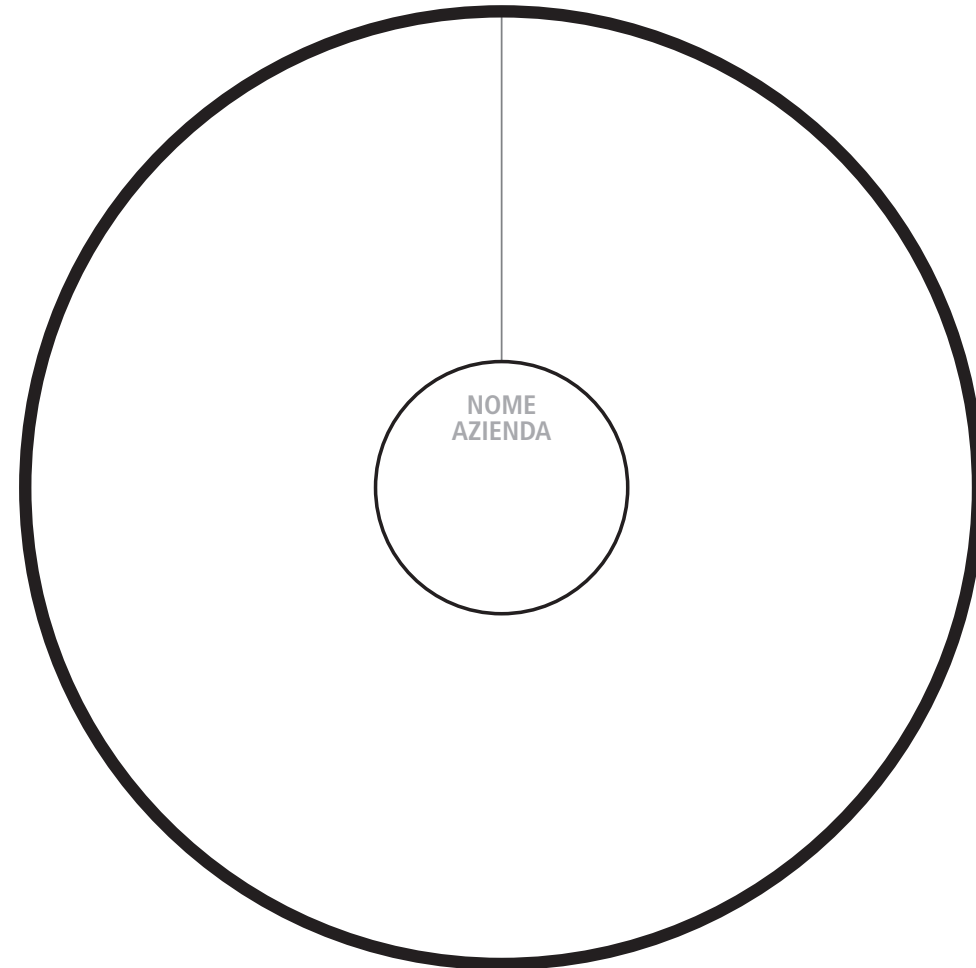
◻ PRESENTE ◻ FUTURO

A lato troverai una base per realizzare un grafico a torta. Inserisci al centro il nome della tua azienda, poi inizia ad inserire tutti i portatori di interesse verso di essa.

Parti da quelli più vicini (gli interni) e muoviti verso quelli più esterni (clienti, fornitori e così via). Assegna loro una fetta di torta di larghezza proporzionata alla loro effettiva importanza per il tuo business.

Successivamente, scrivi fuori dalla torta i messaggi chiave che devi loro trasmettere riguardo i tuoi progetti di sostenibilità.

Il percorso nella sostenibilità chiamerà in causa in futuro nuovi importanti stakeholder. Ripeti quindi l'esercizio, stampando una ulteriore copia di questa scheda, e pensa a quali vorresti fossero i tuoi stakeholder tra 3 anni.





COMUNICARE VERSO L'ESTERNO

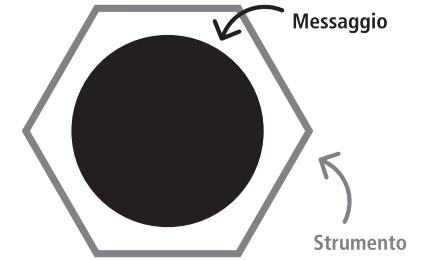


SINTETIZZA IL TUO MESSAGGIO PIÙ IMPORTANTE

Non puoi comunicare tutto. Devi partire da qualcosa di rilevante e memorabile per le persone. Qual è il messaggio principale che vuoi trasmettere? Qual è l'iniziativa principale, simbolo del tuo impegno per la sostenibilità sociale e ambientale? Sintetizzalo in queste righe.

Handwriting practice area with horizontal lines and a decorative corner.

Ricorda che gli strumenti sono solo dei contenitori. Ciò che conta veramente è il messaggio che portano ed è importante declinarlo a seconda del canale e dello strumento.



Assegna un numero di priorità ai canali/strumenti con cui intendi comunicare. Prendi nota di cosa vorresti fare o chi contattare per diffondere il tuo messaggio.

Form with categories: Sito web, Social network, Podcast, Stampa, Eventi dal vivo, Altro, each with a hexagonal icon and a line for notes.

HAI RACCOLTO UN BEL PO' DI MIELE, COMPLIMENTI!

Il lavoro però non termina qui.

Ora devi infatti mettere in pratica ciò che hai prodotto da questa autoanalisi. Comincia condividendo il lavoro che hai svolto e i messaggi che hai messo nero su bianco con altre persone all'interno della tua organizzazione che ti possono aiutare a diffondere, evolvere e dare concretezza ai temi emersi.

E ricorda, la sostenibilità è un circolo virtuoso che si autoalimenta.

Quindi non fermarti. Ripercorri periodicamente le sei celle dell'Alveare della Sostenibilità, affina i tuoi messaggi e poniti nuovi, straordinari obiettivi!



CHI SCEGLI DI ESSERE

COSA SCEGLI DI FARE

COME SCELGO DI COMUNICARE

PRODOTTI - SERVIZI - PROCESSI

COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

COMUNICARE VERSO L'ESTERNO

