

In  
collaborazione  
con:



SPECIAL  
ENTE



Secondaria 2° grado

## Comunicazione e Sostenibilità aziendale

CITTADINANZA DIGITALE | COLLABORAZIONE | FONTI | SOCIAL | SOSTENIBILITÀ



### ARGOMENTO

- Social
- Collaborazione
- Fonti
- Cittadinanza digitale
- Sostenibilità

### MATERIA

- Educazione Civica

### COMPETENZE CHIAVE

- Competenza digitale
- Consapevolezza ed espressione culturale
- Spirito di iniziativa
- Competenza matematica e competenze di base in scienza e tecnologia
- Competenze sociali e civiche
- Comunicazione nella madrelingua

### PUNTO/I DEL MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE NON OSTILE

- 05. Le parole sono un ponte
- 06. Le parole hanno conseguenze
- 07. Condividere è una responsabilità

### DOMANDE FONDAMENTALI

### SVOLGIMENTO



90'

Guarda il video

<https://www.youtube.com/embed/ALLZs34TsMg>

Attraverso il video, l'insegnante evidenzia che la sostenibilità è definita a più livelli: ambientale, economico, sociale.

### L'obiettivo 9: IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

5'

Dopo la lettura individuale del [goal 9](#), l'insegnante invita a prendere come oggetto d'analisi le attività che si occupano di mobilità elettrica. L'insegnante mette in evidenza il fatto che la sostenibilità di un'azienda di questo tipo non è solo dettata dalle emissioni del prodotto anche ma anche dalla sostenibilità durante i processi produttivi.

### Brainstorming sulla sostenibilità delle aziende

15'

L'insegnante guida i ragazzi/e a fare un brainstorming sulle aziende del settore della mobilità elettrica con caratteristiche di sostenibilità, basandosi sul sentito dire o la pubblicità.

### Parametri di misurazione della sostenibilità

15'

Leggi l'articolo e rifletti

L'insegnante invita gli alunni a definire i parametri di sostenibilità in un'azienda aiutandosi con la lettura di [questo articolo](#).

### Lavoro di gruppo

20'

Dividi la classe in gruppi

L'insegnante dopo aver diviso la classe in gruppi, assegna a ciascun gruppo una delle aziende emerse dal brainstorming. I ragazzi/e devono fare delle ricerche sulla sostenibilità di quell'azienda in base ai parametri riferiti nell'articolo precedentemente illustrato.

## Il Manifesto della comunicazione non ostile

PER LE  
AZIENDE

### 1. Virtuale è reale

So che ogni parola in rete ha conseguenze concrete e può costruire o distruggere relazioni reali. Modero i toni e valorizzo l'empatia, l'ascolto rispettoso e, se è il caso, lo humor. Sono coerente e mantengo le promesse fatte online.

### 2. Si è ciò che si comunica

Quanto comunico rispecchia valori e identità miei e dell'azienda. Promuovo la fiducia e la trasparenza. Sono leale e intellettualmente onesto con i concorrenti. Curo la qualità di ciò che comunico così come curo quella di ciò che produco.

### 3. Le parole danno forma al pensiero

Comunico in modo semplice e chiaro, con l'obiettivo di farmi capire, e mi prendo il tempo che serve per riuscirci. Evito i tecnicismi inutili, do sempre le informazioni necessarie.

So che le mie idee avranno successo solo se le racconto bene.

### 4. Prima di parlare bisogna ascoltare

L'ascolto prescinde dalla gerarchia: solo ascoltando gli altri, colleghi partner o clienti, posso costruire un progetto vincente per tutti. Agevolò la comunicazione. Rispondo alle domande, accolgo le critiche e le uso per migliorare.

### 5. Le parole sono un ponte

Trovo parole giuste, entusiasmanti, ospitali, inclusive, tali da creare un terreno comune e costruire relazioni di valore. Cerco di conoscere ragioni e interessi dei miei interlocutori per capire il loro punto di vista e sono disposto a cambiare il mio.

### 6. Le parole hanno conseguenze

Le mie parole rappresentano la mia azienda, hanno un peso e concorrono alla creazione dell'immaginario collettivo: ne sono consapevole e me ne assumo la responsabilità. Ho il coraggio di rispondere ad attacchi ostili con gentilezza.

### 7. Condividere è una responsabilità

Quanto condivido in rete influisce sulla reputazione e la credibilità della mia azienda. Seleziono e valuto fonti e contenuti, non diffondo mai notizie, informazioni e dati falsi o riservati. Rispetto la privacy e tutolo la sicurezza.

### 8. Le idee si possono discutere. Le persone si devono rispettare

Discutere aiuta a crescere. Discutendo – anche energicamente – opinioni e prospettive, valorizzo la libera espressione delle idee, indipendentemente dalle gerarchie. Rispetto sempre le persone, la loro diversità e la multiculturalità.

### 9. Gli insulti non sono argomenti

L'aggressività è nemica di una comunicazione efficace e costruttiva. Insultare è umiliante e sterile, e chi insulta dimostra solo di non avere argomenti migliori. Sensibilizzo i miei collaboratori a comunicare in modo equilibrato e non ostile.

### 10. Anche il silenzio comunica

C'è un tempo per ascoltare, un tempo per riflettere, un tempo per rispondere. So quando è meglio la parola e quando è meglio il silenzio: tacere aiuta a dare risposte lucide al momento giusto, e il silenzio può anche esprimere valore e forza.

Dopo aver condiviso le ricerche dei gruppi l'insegnante avvia una riflessione sulla comunicazione che hanno fatto le aziende rispetto alla loro effettiva sostenibilità utilizzando come guida il Manifesto della comunicazione non ostile per le aziende, in particolare riferendosi ai principi 3 e 7.

L'insegnante integra al discorso della comunicazione anche [il punto 9.c del goal 9](#) proponendo a ciascun gruppo di creare un vademecum su come potrebbero migliorare le aziende analizzate partendo dalla ricerca fatta. In un secondo momento sempre a gruppi, l'insegnante chiede ai ragazzi/e di stilare una classifica di priorità di sostenibilità che vorrebbero portare avanti nella loro azienda ideale.