

La sfida. Lego, il futuro digitale è con i mattoncini fai-da-te

MILANO

Saranno pure nativi digitali, ma al momento i bambini dell'era 2.0 non rinunciano alle costruzioni. Quelle vere! La prova è nei conti di Lego. Nel 2013, la nota società danese produttrice di giocattoli ha portato a casa risultati record: gli utili netti sono risultati pari a 6.119 milioni di corone danesi (820 milioni di euro) con un incremento del 9% sul 2012; i ricavi sono aumentati del 10% a 25.382 milioni di corone danesi (3.403 milioni di euro). «Nel 2013 abbiamo incrementato le vendite dell'11%, superando la performance del settore giocattoli. In meno di 10 anni, abbiamo più che quadruplicato i ricavi», ha affermato Jorgen Vig Knudstorp, presidente e Ceo di Lego Group, parlando dal quartier generale di Billund. I risultati non includono fra l'altro i prevedibili maggiori incassi che provocherà il film di animazione «[The Lego Movie](#)», che sta ottenendo successo di critica e pubblico a livello mondiale.

La «resistenza» dei tradizionali mattoncini alla prova digitale – con bambini ormai in grado di usare un tablet anche a pochi mesi, capaci di pennellare con un dito su un display e di incastrare pezzi virtuali in una delle innumerevoli applicazioni scaricabili – non significa che Lego possa permettersi di stare ferma. Ed ecco l'idea del futuro con cui il colosso dei giocattoli (secondo al mondo per vendite e il primo per profitti) prova a restare al passo dell'economia digitale: le costruzioni-fai-da-te. Come? Con una stampante 3D. Così la tradizione abbraccia l'innovazione. Il sogno è quello di fare realizzare mattoncini e mini figure Lego direttamente a casa ai piccoli clienti. Accanto alla linea di

produzione industriale in grado di produrre 2.000 mattoncini al secondo e 5 miliardi l'anno, ci potrà essere una appendice casalinga con la possibilità di introdurre nuovi mattoncini fatti in casa con stampanti 3D per soddisfare tutti i gusti. È uno studio al momento. Ma i tempi in questi settori si sa, sono velocissimi. Le stampanti 3D sono uno «sviluppo interessante che di certo apre molte strade. Lo stiamo guardando attentamente e lo stiamo monitorando», afferma il chief financial officer di Lego, John Goodwin, parlando con il Financial Times. «Potrebbe essere un'opportunità la possibilità che ognuno stampi i propri mattoncini», mette in evidenza Mads Nipper, il chief marketing officer di Lego. La società, per creare un rapporto più stretto con i consumatori, già chiede ai fan di presentare, a un apposito sito internet, le proprie creazioni, assicurando che se riceveranno 10mila voti le produrrà. «Lego è stata costretta a cambiare il proprio modello di business per adattarsi all'era digitale», ammette Goodwin. La sfida al digitale dei famosi mattoncini è ormai lanciata. Ma senza mai negare ai bimbi 2.0 il piacere della tradizione: l'emozione di aprire una scatola di costruzioni colorate da ribaltare, per poi montare e smontare case, navi, elicotteri e camion dei pompieri all'infinito. Le App di un tablet possono attendere. Anche a costo di raccogliere mattoncini per tutta la casa!

Giuseppe Matarazzo

© RIPRODUZIONE RISERVATA

