



SERGIO TONFI

Corporate Marketing & Communication Manager
Philips

Nasce a Milano nel 1958. Si laurea in Economia e Commercio presso l'università Bocconi specializzandosi in marketing. Inizia la sua carriera in aziende di largo consumo quali Nabisco e Kraft, passando poi in Mondadori, in TESI e infine in JWT, come strategic planner.

Nel 1992 entra in Philips dove è ad oggi Corporate Communication Manager.

È docente di Comunicazione presso l'Università LIUC. Ha recentemente pubblicato per EGEA il libro "Philips sense and simplicity" con Enzo Argante.

LE PERSONE AL CENTRO DEL PROCESSO CREATIVO E DI BUSINESS

Non sono molti i brand come Philips che hanno compiuto un percorso così lungo e ricco di successi: questo è stato possibile grazie alla capacità di adattarsi continuamente alle esigenze delle persone e dei mercati con soluzioni tecnologiche significative per il progresso dell'umanità nei settori dell'healthcare, del lighting e dei prodotti per la salute ed il benessere dei consumatori. Philips ha sempre posto l'innovazione al centro della propria strategia di crescita e continua a migliorare la vita di milioni di persone con soluzioni ai grandi temi che la nostra società si trova ad affrontare (come l'invecchiamento progressivo della popolazione o la crescente necessità energetica), mettendoli al centro del processo creativo e di business. In un quadro economico e sociale difficile come l'attuale, una vera crescita può realizzarsi solo se si concilia la soddisfazione dei nuovi desideri delle persone con la responsabilità di contribuire positivamente allo sviluppo di un mondo migliore. Innovazione ricca di senso e sostenibilità diventano quindi ingredienti indispensabili per superare il limite imposto dal ruolo dell'impresa di essere parte in causa del problema della sostenibilità per trasformarsi invece, e a pieno diritto, in parte integrante della soluzione. L'esempio più evidente di come si possa intervenire subito con soluzioni sostenibili a fronte delle pressanti richieste del nostro pianeta e della società, è la rivoluzione industriale che Philips sta guidando nel settore della luce grazie ai LED. Viviamo una nuova epoca della luce, un'epoca in cui le barriere che ci eravamo imposti con il vetro e l'incandescenza sono state frantumate dalla coscienza che non possiamo più sprecare energia e che occorrono nuove soluzioni per risparmiarla. Il LED (un diodo che crea la luce) rappresenta la piccola magia in grado di risolvere molti dei nostri problemi trasformando la luce da analogica a digitale: possiamo illuminare le nostre città, i grandi monumenti della nostra bellissima Italia, creando una nuova identità, richiamando maggior attenzione, offrendo più sicurezza, ma soprattutto possiamo farlo sapendo che la luce può svolgere un ruolo chiave nella di-

fesa dell'ambiente e nel garantire quel risparmio energetico che è diventato ormai un imperativo indrognabile. Le nuove possibilità creative offerte dai LED sarebbero infatti ben poca cosa se non si abbinassero alle incredibili caratteristiche di sostenibilità: efficienza, minori costi di manutenzione, durata. Le nostre città sono sempre più popolate e saranno sempre più caotiche e inquinate se non prendiamo atto che occorre intervenire subito e prepotentemente per cambiare i modelli con cui le abbiamo costruite e gestite per tanto tempo. Dobbiamo renderle più intelligenti, più smart, e la luce può aiutarci da subito a raggiungere risultati importanti e concreti sulla via di una maggior vivibilità. Nel corso di RIO+20, la Conferenza delle Nazioni Unite sullo Sviluppo Sostenibile, Philips è stata promotrice del gruppo di studio "The Climate Group" che ha presentato il rapporto "Lighting: the clean revolution", in cui si evidenziano i vantaggi dell'illuminazione LED e si chiede una call to action ai governi di tutto il mondo per accelerarne l'utilizzo. Anche in Italia c'è chi si è già mosso (le amministrazioni più illuminate, come quelle di Catania, Genova, Firenze, ma anche di piccoli centri come Sulbiate), e ha attivato progetti che prevedono la rapida sostituzione delle soluzioni obsolete e insostenibili con quelle a LED anche grazie a nuovi modelli di business, economicamente sostenibili. Non solo: hanno saputo aggiungere un pizzico di intelligenza in più ai pali della luce con soluzioni come quelle proposte da Philips (CityTouch) che consentono il controllo remoto dei sistemi di illuminazione e garantiscono quindi un ulteriore elemento di efficienza. La tecnologia è il driver di cambiamento più potente della nostra vita: siamo in grado di fare più cose, di farle più velocemente, di farle meglio, ma dipende solo da noi mettere la tecnologia al servizio dell'uomo e non incappare nel pericolo che sia la tecnologia a prendere il sopravvento. I LED sono una tecnologia già disponibile: dobbiamo "soltanto" superare quelle barriere culturali che ci rallentano e che impediscono di usare una soluzione già disponibile per raggiungere gli obiettivi di qualità, di risparmio e di sostenibilità imposti dalle necessità del nostro pianeta e da quelle della nostra continuità su di esso.