



## SERGIO TONFI

Corporate 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.

## PHILIPS: LA RIVOLUZIONE DIGITALE PUÒ RENDERE LE NOSTRE CITTÀ PIÙ SOSTENIBILI

La grande sfida di Philips è quella di migliorare la qualità della vita delle persone attraverso la continua introduzione di innovazioni significative e sostenibili: ecco perché ci impegniamo per offrire soluzioni sempre più avanzate per la salute e il benessere delle persone in tutto il mondo.

Philips è nata 120 anni fa con la produzione di lampade incandescenti, ma oggi siamo un'azienda leader diversificata nei mercati dell'healthcare, dell'illuminazione e del consumer lifestyle.

Innovazione, design, soluzioni create partendo dai nuovi desideri delle persone all'insegna di una tecnologia che semplifica la vita, hanno consentito al brand Philips di essere uno dei più conosciuti ed apprezzati al mondo anche grazie alla consapevolezza del ruolo chiave della comunicazione nella costruzione della reputazione aziendale e al continuo adattamento della nostra strategia per seguire i nuovi desideri e linguaggi dei clienti e dei consumatori.

Siamo stati tra i primi a credere nell'uso del web e della comunicazione digitale spostando progressivamente risorse su questi canali e superando la "mitica" soglia del 10% sul totale dell'investimento. E siamo certamente tra coloro che, dopo le necessarie sperimentazioni, stanno utilizzando il web e i social media non come addendum al piano di comunicazione, ma come driver dell'engagement e dell'activation col mercato. Abbiamo pagine facebook dedicate ai diversi target nell'area del personal care (express yourself), della cura di mamma e bambino (Avent) e nell'area del lifestyle entertainment, e abbiamo raggiunto risultati significativi con un approccio integrato centrato sui desideri della gente. Alla fine del 2011, combinando la determinazione ad un uso non più soltanto ludico dei social media con l'obiettivo di migliorare la qualità della vita nelle città attraverso le innovative soluzioni tecnologiche a LED, abbiamo lanciato online il primo progetto di restyling partecipativo della luce, LED YOUR CITY. Realizzato con il patrocinio dell'Assessorato alla Mobilità, Ambiente, Arredo Urbano e Verde del Comune di Milano e l'au-

torevole partnership editoriale di Wired, il progetto ha coinvolto attivamente i cittadini per ridisegnare concretamente la mappa luminosa della città. Philips LED Your City ha preso vita attraverso l'utilizzo esclusivo di Facebook coinvolgendo gli abitanti per conoscere quali fossero i luoghi della città che richiedevano una luce migliore e centrando l'obiettivo di coinvolgerli direttamente nel processo di miglioramento della vita nella loro stessa città: risultato, più di 80.000 visualizzazioni, oltre 20.000 fan e più di 1.000 segnalazioni sulla mappa cittadina. LED Your City è un esempio di quanto sia importante oggi dar voce diretta alla gente per capirne le reali esigenze: informare e sensibilizzare i cittadini su come la luce possa migliorare la propria città, grazie a soluzioni più efficaci, più economiche, ma anche più emozionali, consentirà a Philips di collaborare meglio con le istituzioni e la filiera coinvolta nel ridisegnare la mappa luminosa di Milano e di tante altre città in Italia e nel mondo trasformandole in "smart cities". I temi emersi dalla discussione online hanno sottolineato una forte voglia di maggior sicurezza per poter vivere meglio anche di notte i luoghi di aggregazione della città. Per rispondere in modo concreto alle segnalazioni emerse, Philips ed il Comune di Milano hanno identificato in Piazza Leonardo da Vinci il luogo in cui verrà realizzato un progetto di re-illuminazione che qualificherà la zona e la renderà più bella e vivibile anche dopo il tramonto. Un progetto collaborativo e di partnership che ha messo in comune le conoscenze tecnologiche di Philips con gli obiettivi di qualificazione luminosa della città secondo i principi della sostenibilità e che si è reso possibile solo grazie all'esplosione creativa e partecipativa dei social media. LED Your City non è però un esempio isolato, ma fa parte di un più ampio programma Philips per educare i diversi stakeholders sull'importanza del ruolo della luce nella qualità della vita e che ha visto lo sviluppo di iniziative come "City People Light Award", destinato a premiare le città che hanno già implementato uno specifico piano di miglioramento, il "Livable City Think Tank" che ha coinvolto i più autorevoli esperti mondiali nella progettazione di città sempre più vivibili o il sito globale "asimpleswitch" dedicato alla sensibilizzazione sui temi del green e della semplicità.