

“Chi non è green uscirà dal mercato”

Pubblicato: Giovedì 10 Novembre 2011

✖ «Noi dobbiamo creare valore e nessuno può farlo senza rendere il mondo migliore. Le aziende che nelle loro scelte non tengono conto dell'ambiente, spariranno». **Bracken Darrell**, presidente di **Whirlpool Emea** (Europe, Middle East and Africa) ha appena concluso il suo intervento al **World Business Forum di Milano**.

Tutto il suo ragionamento è ruotato intorno ai concetti di **ecosostenibilità e innovazione**.

Sul megaschermo alle sue spalle, è comparsa per un istante la data **11-11-1911**. Tra due giorni la società leader mondiale della produzione di elettrodomestici **compirà un secolo di vita** e quella data rappresenta l'imprinting racchiuso in una scelta innovativa che ancora oggi risulta vincente. La Whirlpool, infatti, è nata perché il fondatore, tra “i resti” di un fallimento, scelse ciò che gli altri rifiutarono, convinti che fosse una cosa senza valore, ovvero il **brevetto della prima lavatrice elettrica**. «Attualmente il nostro business è di **due miliardi di dollari** – spiega **Darrell** – e il secondo produttore si trova ad una grande distanza da noi. Abbiamo **6 marchi** e siamo primi negli **Usa** e in **Sudamerica**, secondi in **India** e terzi o quarti in **Europa**». Niente male per «una cosa che non valeva nulla».

Oggi, secondo il presidente della multinazionale americana, bisogna trasferire questa **leadership** sul piano della tutela ambientale. «Sono in Europa da 7 anni, ma non ho problemi a dire che l'America è arrivata tardi ad ammettere il problema del riscaldamento globale. E anche chi un tempo era scettico, si è convinto che dobbiamo correre ai ripari. E io sono qui per questo».

La Whirlpool decise di giocare, già all'inizio degli **anni '90**, un ruolo in questa transizione epocale, lavorando sugli **standard energetici** degli elettrodomestici. Oggi il consumatore può orientarsi nell'acquisto “ecosostenibile”, basandosi su una **classificazione** che identifica il maggiore o minore grado di risparmio energetico del prodotto sulla base di una lettera, **dalla A alla G (anche le classi inferiori alla C sono ormai fuori produzione)**. Una sorta di **rating dell'elettrodomestico**. «Se qualcuno bara – sottolinea il presidente di Whirlpool Emea – viene subito smascherato perché ci sono i meccanismi di controllo. Bisogna creare un sistema di standard e controlli energetici in tutto il mondo».

Il modello di Whirlpool non è, dunque, la **creazione di valore** fine a se stessa, ma la soddisfazione del cliente nel rispetto dell'ambiente. Solo così il modello diventa sostenibile. Grazie alla nuova generazione di elettrodomestici “green”, si innesca un circuito virtuoso sia per l'azienda che per il consumatore: da una parte si vendono più lavatrici, frigoriferi e lavastoviglie, facendo più profitti; dall'altra si risparmia sulla bolletta della luce e dell'acqua.

«La sostenibilità – conclude **Darrell** – è il passaggio più importante. Chi non farà questo passo sarà costretto a uscire dal mercato».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it