VareseNews

Frigoriferi, microonde e lavatrici nella nuvola. Whirlpool sceglie Google

Pubblicato: Giovedì 10 Ottobre 2013

C’è una nuova parola che si aggira negli uffici di **Whirlpool Europa**: **condivisione**. Si tratta di un **cambiamento di cultura epocale** determinato dalla scelta della multinazionale americana del bianco di utilizzare la piattaforma **Google apps for business**. A sancire la nuova collaborazione, nella storica sede di Comerio, **Kathy Nelson**, vice presidente risorse umane e corporate communication di **Whirlpool Emea**, e **Luca Giuratrabocchetta**, country manager di Google enterprise Italy. «Entriamo nel ventunesimo secolo con strumenti che ci consentiranno di annullare distanze e fusi orari – ha detto **Kathy Nelson** -. Si creerà uno spazio collaborativo e interattivo molto informale, per prendere decisioni e dare risposte veloci. Il lavoro somiglierà sempre meno al lavoro come lo abbiamo tradizionalmente conosciuto e sempre più alla nostra vita quotidiana. È un progetto che si sviluppa attraverso l’organizzazione che non tiene conto dell’età e del rango perché **è un nuovo modo di lavorare insieme** Questo passaggio genererà scelte innovative e strategiche per l’azienda e per i nostri mercati».

L’investimento complessivo di Whirlpool ammonta a **20 milioni di dollari** e la collaborazione con Google, che avrà una durata di 5 anni, ha come obiettivo il dimezzamento dei tempi decisionali e del numero delle riunioni. In questa fase è difficile quantificare sia **la ricaduta economica effettiva di questa nuova partnership** sia quella sulla produzione di frigoriferi, lavatrici, piani cottura e forni a microonde. Quel che è certo è il dato relativo al **tempo risparmiato utilizzando in molti segmenti di lavoro, dal marketing alla progettazione, la piattaforma**: «Almeno il 40 per cento» dice **Giuratrabocchetta**. E il tempo, si sa, è denaro.
Per tremila dipendenti di **Whirlpool Emea** il cambiamento significherà **nuove abitudini di lavoro**. **Un salto in avanti che richiede menti fresche**, giovani e innovative, abituate a vivere nel quotidiano con la tecnologia, qualità che sono nel dna dei cosiddetti **nativi digitali**. Per favorire questo passaggio a Comerio è stata creata, in collaborazione con **H-Art,** una **digital school** inizialmente rivolta solo al marketing e successivamente allargata ad altre funzioni aziendali.
«Qui a Comerio – sottolinea il country manager di Google – sembra già di essere in uno dei nostri uffici. Quasi sempre il cambiamento è prima fisico e poi tecnologico e culturale. Tutti noi utilizziamo la **cloud (**nuvola per la condivisione dei dati, ndr**), Twitter, Facebook** e lo facciano come se fosse scontato ma quando entriamo in un luogo di lavoro troviamo **strumenti obsoleti**. Lo scontro culturale

che si verifica nelle persone è inaccettabile e così le menti migliori, frustrate, se ne vanno».

Questo è l'anno in cui i **nativi digitali,** cioè i giovani nati negli anni 90, entrano nelle stanze dei bottoni. È un passaggio importante perché tutto il vecchio sistema è costretto a fare i conti con loro e quindi anche con tutto quello che c'è fuori dalle aziende. Nel colorato e multimediale show room di **Comerio**, i nativi li riconosci subito: non sono in giacca e cravatta, hanno le scarpe da tennis e sono **perennemente connessi tra loro e con il mondo**. Non temono l'informalità e ogni momento è buono per parlare di progetti e strategie, anche nelle pause tra un intervento e l'altro. «Questa non è un'operazione di cosmesi – **conclude Andrea Pia, direttore generale H-Hart** – ma un cambiamento che avrà una ricaduta in tutti i comparti, compresi clienti e fornitori. Il digitale è un argomento vecchio, perché è nelle nostre vite già da molto tempo».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it