

**L'intervista** L'amministratore delegato del gruppo Usa: «Raddoppieremo il fatturato mondiale entro il 2020»

# «Unilever, piano verde per l'Italia»

## Polman a colloquio con Monti. «Il trasporto? Dai tir ai treni»

DAL NOSTRO INVIATO

ROMA — «Non sono sicuro che abbiamo raggiunto la fine dell'era dell'uomo ma non c'è alcuna ragione perché questa non possa essere l'epoca della donna». A parlare non è una femminista storica, ma un manager a capo di una multinazionale della stazza di Unilever (46,4 miliardi il fatturato 2011). Paul Polman, 56 anni, ha appena concluso il suo intervento davanti al migliaio di donne manager provenienti da tutto il mondo che si sono ritrovate a Roma per la Win conference, il forum mondiale itinerante per la leadership al femminile, di cui Unilever è il principale sponsor. Quello della «gender diversity» è uno dei cavalli di battaglia del colosso del largo consumo (dal food ai prodotti per la casa, dalla cura della persona al tè e ai gelati, in Italia con marchi come «Coccolino», «Dove» ma anche «Natura» e «Calvé»). Un obiettivo su cui il manager olandese si è impegnato da quando l'anno scorso ha lanciato un piano ambizioso, di raddoppiare il fatturato entro il 2020 e nello stesso tempo dimezzare l'impatto del gruppo dal punto di vista ambientale. «È non lo facciamo solo perché la sostenibilità è una forza lavoro diversificata siano le cose giuste da fare ma perché ha senso dal punto di vista del business. È la chiave del nostro successo futuro».

**Perché Unilever ha deciso di sostenere la Win conference?**

«Temi come la sicurezza del cibo, l'alimentazione, la povertà, i cambiamenti climatici sono le sfide che ci pone la società in cui viviamo. E il successo di Unilever è strettamente collegato alla nostra capacità di trovare soluzioni a questi problemi. Il peso nella maggior parte dei casi grava troppo sulle spalle delle donne: soprattutto nelle zone rurali tocca a loro

garantire i bisogni della famiglia per cibo, acqua, energia».

**Non è più un problema politico e di governance mondiale?**

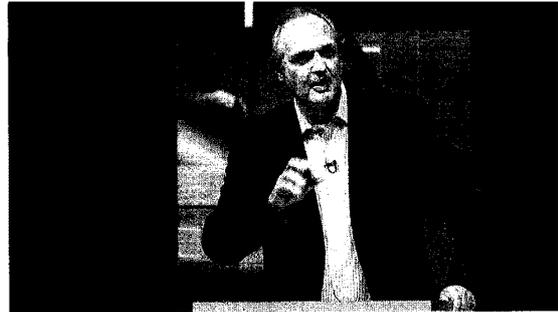
«Difficilmente i leader politici si fanno carico di questi problemi e manca una governance globale in grado di affrontare tali sfide. Tocca alle compagnie responsabili e innovative sviluppare soluzioni. Prendiamo il caso di Unilever. Due miliardi di consumatori ogni giorno usano un nostro prodotto, sono pochi i governi che possono raggiungere così tante persone. Ma questo significa fare business in modo diverso. Il capitalismo non è morto ma deve essere reinventato: sono necessari nuovi modelli, nuove idee, un focus sul lungo termine. E nuove forme di leadership basate su obiettivi più profondi, una maggior flessibilità e capacità di collaborazione. Tutte qualità femminili».

**Cosa l'ha spinto a lanciare un piano così aggressivo e così a lungo termine?**

«Vivere in Europa ti dà la sensazione che tutto sia fermo. In realtà l'economia globale sta crescendo a un ritmo del 4%, la Cina al 7%: ogni anno 160 milioni di persone entrano nella classe media. Raddoppiare il nostro giro d'affari è possibile, nel primo semestre 2012, in un momento di grande difficoltà per i consumi, siamo cresciuti dell'11,5%. I nostri Paesi emergenti si sono sviluppati negli ultimi 4 anni del 10%. Il punto è come si cresce. Noi ci siamo fermati a riflettere su alcuni megatrend globali, come gli effetti del cambiamento climatico, l'incremento della popolazione, le domande crescenti di risorse. Il nostro Unilever Sustainable Living Plan dice come creare un business model che si preoccupi di restituire qualcosa alla società».

**E l'Italia, è ancora un mercato strategico per investire? Quali le strategie di Unilever?**

«In Italia ci sono 60 milioni di persone, certo, il momento



Multinazionale Paul Polman è ceo del gruppo Unilever dal primo gennaio 2009

è difficile, sono necessari degli aggiustamenti ma il mercato è molto attraente. Le persone sono dinamiche, creative, la tecnologia è all'avanguardia. Stamattina abbiamo avuto un incontro con il premier Mario Monti, un confronto informale per conoscersi e capire la disposizione di questo governo a coinvolgersi in obiettivi a lungo termine come la salvaguardia dell'ambiente e la crisi alimentare globale: in Italia hanno sede le tre Agenzie mondiali del food. La collaborazione è necessaria. In Italia abbiamo 3 mila dipendenti in quattro stabilimenti e siamo uno dei principali investitori del Paese. Per il 2012 prevediamo una crescita del 2%, non male in un momento come questo. E abbiamo attivato una collaborazione con il ministro Corrado Clini e con Trenitalia per trasferire gran parte dei nostri trasporti nella Penisola dalla strada alle rotaie, con una riduzione di Co<sub>2</sub> del 45%».

Antonia Jacchia



**Il capitalismo: basta con le visioni speculative, obiettivi a lungo termine**

### Il gruppo

#### Nel mondo

Il gruppo Unilever nel 2011 ha chiuso con un fatturato di 46,4 miliardi di euro (+5% rispetto al 2010), le vendite sono cresciute del 6,5%, i volumi dell'1,6% e il margine operativo del 14,9%. Il flusso di cassa è stato di 3,1 miliardi di euro. Unilever ha 163 mila dipendenti ed è presente in 100 Paesi, mentre sono 170 i Paesi in cui sono venduti i suoi prodotti

#### I vertici

Paul Polman è ceo di Unilever dal primo gennaio 2009. Ha iniziato la sua carriera in Procter & Gamble nel 1979, di cui è stato presidente per l'Europa del gruppo fino al 2006. Ha lavorato anche per la Nestlé

