

La mission di TANDBERG è migliorare il modo in cui le persone comunicano, dando loro gli strumenti per essere più produttive tramite la natural communication, con soluzioni di videocomunicazione che consentano di realizzare ritorni sugli investimenti significativi, permettendo alle aziende di restare competitive.

La preoccupazione per l'ambiente è in crescita. In tutto il mondo si stanno attuando norme e direttive nazionali per ridurre le emissioni di anidride carbonica e contrastare i cambiamenti climatici.

Le aziende, così come i singoli, stanno cercando nuovi modi per modificare le tendenze attuali, investendo in iniziative socialmente responsabili finalizzate a tutelare l'ambiente.

La diffusione e il successo dei sistemi di videocomunicazione TANDBERG sono la dimostrazione tangibile che oggi è possibile adottare un approccio più "ecologico", riuscendo al tempo stesso a migliorare i livelli di produttività aziendale.

Azienda innovatrice nel settore video dal 1989, la norvegese TANDBERG, nata come produttrice di apparecchi radio, è oggi leader di mercato (41% in valore) per i sistemi di videocomunicazione e telepresenza, infrastrutture di rete e sistemi di gestione.

La presenza sul mercato del brand è trasversale sia per i prodotti che per i clienti, che vanno dalle banche (21 delle 26 banche più grandi al mondo) alle università (65 delle 100 università più importanti), rivelando così una flessibilità e un'affidabilità che sono le chiavi del successo della marca.



Videoconferencing is green!

I prodotti TANDBERG sono, per loro natura, green: trasmettere una riunione in videoconferenza riduce costi ed emissioni di CO₂ per le aziende che decidono di utilizzare questo tipo di tecnologia.

I clienti TANDBERG hanno infatti riscontrato che i sistemi di videocomunicazione possono ridurre in media del 30% la necessità di viaggiare per lavoro, migliorando i risultati finali.

Una società di grandi dimensioni può sostituire con riunioni video fino a 20.000 voli di andata e ritorno a breve raggio l'anno, evitando così l'emissione di 2.200 tonnellate di CO₂ nell'atmosfera.

Per citare qualche risultato concreto, Vodafone ha evitato oltre 13.500 viaggi aerei in un anno e ridotto conseguentemente le emissioni inquinanti dell'azienda di oltre 5.000 tonnellate, mentre le dogane svedesi riducono le loro emissioni di CO₂ di 7 tonnellate ogni mese con 60 riunioni fatte in videoconferenza anziché di persona.

Green Manifesto

In linea con la cultura ecologista e ambientalista tipica della Norvegia, paese in cui si trova il quartier generale di TANDBERG, il brand ha deciso di portare un radicale cambiamento anche all'interno dei propri uffici.

Partendo da un sondaggio interno che dimostrava che i dipendenti sarebbero stati molto più motivati a lavorare per un'azienda sensibile alle tematiche ambientali, TANDBERG ha iniziato, con l'aiuto di una società di consulenza specializzata in policy ambientali, un'indagine tecnica approfondita, al fine di evidenziare quali fossero le aree di miglioramento per ridurre le emissioni di CO₂ e energia consumata sia dagli impianti che dagli uffici.

Il risultato è stato la creazione di una policy che investe tutte le sedi TANDBERG e che prevede la riduzione dei viaggi in trasferta, l'incentivazione del lavoro da casa, l'acquisto di materiali per l'ufficio eco-friendly per ottenere una riduzione delle emissioni di CO₂ che sia almeno del 10% entro il 2009. L'iniziativa dell'auditing interno è stata apprezzata anche dai clienti TANDBERG, dimostrando che, oltre ai risultati concreti e misurabili, è importante diffondere il più possibile la cultura e la sensibilità verso l'ambiente.



Le attività per il presente e il futuro di TANDBERG sono mirate alla diffusione di un vero e proprio "pensiero verde": tavole rotonde indette con altre aziende in cui fare green brainstorming, un manifesto ecologista scritto dal CEO Fredrik Halvorsen, un sito web (www.seegreennow.com) interamente dedicato ai suggerimenti per tutte le aziende che vogliono cambiare il loro approccio nei confronti delle tematiche ambientali e soprattutto la creazione di una

eco-label per tutti i brand operanti nello stesso settore di TANDBERG, che permetta ai consumatori di fare un acquisto informato e consapevole dei prodotti basati sulle tecnologie video.

Perché, come si evince dal manifesto ecologista TANDBERG, per difendere l'ambiente è necessario cambiare prima di tutto la mentalità e il comportamento di chi ci vive.

