

# fficelayout

Progettare, arredare, gestire lo spazio ufficio  
design and furnishing of office space



*SaloneUfficio 2008: in nome della qualità ambientale*

*Il pavimento sopraelevato modulare*

*Dalla fabbrica del prodotto all'ufficio delle idee*

*OLMeet Roma... avanti tutta!*

*Facility Management: taglio dei costi e risparmio, sinonimi o contrari?*

# OLMeet

## Officelayout Meeting

# 2008

## ROMA

Il consenso rinnovato dai partecipanti anche alla edizione romana di OLMeet ci spinge a proseguire sulla strada della comunicazione e dell'informazione coinvolgendo chi produce, chi progetta, chi realizza e chi gestisce gli edifici per ufficio

**P**er chi ancora non lo conoscesse, OLMeet-Officelayout Meeting è l'evento annuale che dal 2005 propone un convegno di due giorni affiancato da un'area espositiva. È ideato e organizzato da Soiel International, casa editrice della nostra rivista, allo scopo di coinvolgere le aziende produttrici, gli esperti del settore, ma anche architetti e responsabili di aziende utenti di medie e grandi dimensioni con l'obiettivo di 'fare cultura' sulle tematiche progettuali, operative e gestionali dell'habitat ufficio che sempre più hanno un impatto sull'involucro edilizio e sulle persone che vivono gli spazi. Da questo lavoro comune si è sviluppato negli anni un tavolo di dibattito e confronto che è senza dubbio stimolante, creativo e formativo. Un sasso gettato nello stagno, capace di smuovere le 'acque chete' del settore ufficio. Dalla prima edizione del 2005, infatti, l'evento è cresciuto non solo in termini di notorietà, ma anche sotto il profilo culturale a dimostrazione di quando in questo settore sia necessario fare informazione, ma anche "formazione". Motivo per cui il programma convegnistico è strutturato per sviluppare le tematiche di fondo sotto i diversi aspetti, fino a diventare un vero e proprio corso di aggiornamento per le diverse figure professionali che operano in questo mercato (dal produttore al grande utente, dall'architetto al rivenditore, ecc). La quarta edizione di OLMeet, che si è svolta a fine maggio nella capitale, rispettando l'alternanza tra Milano e Roma, ha posto in primo piano temi di grande attualità: nella prima giornata si è parlato di "Progettazione sostenibile degli edifici per il

terziario" con approfondimenti sulla certificazione energetica degli edifici, i requisiti che definiscono il valore aggiunto degli immobili sul mercato, sulle soluzioni impiantistiche di climatizzazione, di illuminazione e di building automation ed infine sul ruolo del general contractor.

"Architettura d'interni: nuovi approcci allo spazio ufficio, agli arredi e ai materiali in un'ottica sociale, d'immagine e di rispetto dell'ambiente" è stato invece il fil rouge che ha legato gli interventi della seconda giornata dedicati alla progettazione e allestimento di ambienti di lavoro stimolanti e di immagine, al brand management, al potere espressivo della luce, al design ecosostenibile, agli strumenti per la protezione del design, nonché alle forniture della Pubblica Amministrazione.

*"Le presentazioni ascoltate sono state esaustive nel contenuto ed estremamente interessanti nell'insieme"*  
*"Il valore aggiunto è dato dalla scelta di scendere nel concreto, con esempi pratici che avvalorano quanto esposto"*

*"Sono venuto più per curiosità data dalla varietà degli argomenti del programma. Non prevedevo di fermarmi per l'intero periodo di due giorni, ma i contenuti erano così ben rappresentati ed esaustivi, ma soprattutto formativi che mi hanno "obbligato" a rivedere il mio programma lavorativo".*

Questi sono alcuni dei commenti espressi dai partecipanti al convegno che manifestano e rinnovano un consenso che ci spinge a proseguire sulla strada della comunicazione e dell'informazione. Ed è per questo che siamo già al lavoro per l'edizione OLMeet 2009 a Milano.

# giorno 2

**ARCHITETTURA D'INTERNI: NUOVI APPROCCI ALLO SPAZIO UFFICIO, AGLI ARREDI E AI MATERIALI IN UN'OTTICA SOCIALE, D'IMMAGINE E DI RISPETTO DELL'AMBIENTE**



**Grazia Gargiulo**, direttore di Officelayout, ha aperto i lavori della seconda giornata di OLMeet dedicata al valore del progetto degli interni, introducendo il primo intervento dedicato alla ricerca **'Qualità ambientale dell'ufficio'** promossa da Assufficio con la collaborazione del Politecnico di Milano.

"La ricerca ha lo scopo di individuare le componenti basilari nella progettazione di un ambiente di lavoro – ha spiegato **Giorgio Dal Fabbro**, commissione tecnica di Assufficio – ma anche di verificarne l'impatto sulla produttività e sulla capacità innovativa dell'azienda. Obiettivo è sensibilizzare tutti gli attori coinvolti nel processo decisionale che porta alla costruzione dell'ambiente di lavoro (imprenditori, dirigenti, architetti, facility manager, designer, aziende produttrici, ecc.) per stimolare il dibattito e la creazione di un nuovo modo di concepire lo spazio di lavoro e renderlo più adeguato a tutelare il benessere del lavoratore e a mettere a frutto il suo potenziale creativo.

La ricerca mette in luce le maggiori questioni in relazione al macrotema della qualità ambientale negli uffici, presentando i risultati più rilevanti.

Ne emergono alcuni risultati fondamentali: il luogo in cui si lavora incide direttamente sulla capacità creativa che, a seconda del contesto, può essere sviluppata e potenziata, ma anche soggetta a distrazioni e ostacoli. Gli elementi dello spazio di lavoro possono influire anche sulla soddisfazione del personale che si dichiara per nulla coinvolto nelle attività aziendali, in una percentuale del 64% dei lavoratori su un campione significativo di intervistati.

Un "buco nero" nell'attività del personale d'ufficio è poi costituito da riduzioni,

**Nella foto:**

**Giorgio Dal Fabbro, Assufficio**

**Grazia Gargiulo, Officelayout**

**Francesco Paglia, UniCredit Real Estate**

a volte oltre il 50%, nella concentrazione e nel rendimento giornaliero, prodotte da condizioni inadeguate, come la scarsa illuminazione, un microclima non idoneo o l'acustica dell'ambiente".

Il contesto, dunque, è determinante per stimolare le idee dei singoli e potenziare le capacità di relazioni di un gruppo. Gli spazi senza stimoli, influenzati negativamente o i luoghi di scoraggiante bruttezza influiscono su produttività, concentrazione e assenteismo. Concetti che l'architetto **Francesco Paglia**, di UniCredit Real Estate, ha evidenziato con la relazione **"Dalla fabbrica alla tribù: il futuro nasce dai valori che viviamo"**.

Nell'affrontare il tema, alla ricerca di una risposta alle nuove esigenze dell'ambiente ufficio, Paglia ha fatto riferimento all'ultimo SaloneUfficio. "Le tendenze prevalenti in termini di proposte di allestimento – ha detto Paglia – possono essere ricondotte a tre filoni: tecnologico, che tende a risolvere l'arredo dal punto di vista tecnico; artistico che propone un'idea forte a tratti ec-

centrica; e di design che privilegia la correttezza formale del prodotto. Come orientarsi all'interno di questo panorama che a tratti appare anche contraddittorio? E come queste tendenze possono rispondere alle esigenze degli utenti? E ancora come proporle e come motivarne la scelta? Per dare una risposta a queste domande è necessario valutare i cambiamenti dell'azienda e capire quale sarà il suo futuro".

Dopo un excursus sulla realtà del gruppo UniCredit, che ha visto confluire culture, persone e valori che dovevano trovare all'interno dell'azienda una risposta operativa, Paglia si è soffermato sul nuovo concetto di azienda che nel 2004 UniCredit ha espresso attraverso la 'carta di integrità' i cui valori sono equità, libertà d'azione, trasparenza, rispetto, fiducia e reciprocità.

"È necessario chiedersi come questi valori interagiscono con il progetto e lo spazio in cui viviamo ed è necessario ridefinire il concetto di relazione tra colleghi – ha affermato Paglia –. Un tentativo di risposta è il nuovo progetto degli uffici UniCredit in piazza Edison a Milano che non prevede open space, ma aree di lavoro in team, aree meeting in prati verdi, internet point in sedute aperte ma private, uffici chiusi e al contempo trasparenti. È un percorso narrativo dello spazio di lavoro attraverso il verde, la luce, la tecnologia e la sosta, ma anche con una caratterizzazione degli ambienti tramite finiture, arredi e

Da dove si parte per fare un buon programma di rebranding? Una risposta l'ha fornita la presentazione del progetto che Cicrespi ha realizzato e gestito per IVECO da cui è emerso che è fondamentale per il cliente potersi confrontare con aziende capaci di parlare il linguaggio della progettazione globale e di declinare le linee guida in tempi rapidissimi su centinaia di microprogettazioni.

"Sono aumentati i professionisti che apparentemente si occupano di sviluppare una corporate identity – ha concluso Bonello –. Nella realtà sono diminuiti perché il lavoro è diventato molto articolato e necessita di competenze specifiche. Non basta saper fare un coordinato di stampati, ma bensì sapere come progettare correttamente un'insegna vetrina, un layout interno, un'esposizione messaggi, un video digitale, degli arredi, dei complementi e molto altro ancora".

La corporate identity e l'immagine deve essere sottolineata dalla luce che, prioritariamente deve consentire una corretta visione, ma anche dare valore a ciò che sfiora o attraversa. Questo il messaggio trasmesso da **Andrea Martini**, di Trilux, con l'intervento "**Illuminotecnica e immagine aziendale: il potere comunicativo della luce**" attraverso la presentazione del progetto



Michele Bonello, Cicrespi



Andrea Martini, Trilux



Giovanni Bordoni, Upper

materiali. Ovviamente queste scelte – ha concluso Paglia – non possono rispondere in modo esaustivo e sinfonico alla complessità aziendale. Occorre che ogni azienda ricerchi la propria identità che costituisce il punto di partenza del progetto. Occorre fare questo salto per trasformare i nostri uffici da fabbriche in tribù che condividono dei valori, condizione che permette di dare una risposta ai bisogni delle persone e il realizzarsi del vero sviluppo sostenibile".

"**Brand Management: dal progetto al successo**" è stata la relazione in cui **Michele Bonello** di Cicrespi ha illustrato come "gestire un'attività di Brand Management vuol dire essere non solo un fornitore di beni e servizi, ma un vero partner strategico del cliente. Bisogna conoscere il mercato, i materiali, le soluzioni, bisogna saper coordinare e gestire il programma di comunicazione del brand che – ha sottolineato Bonello – non è solo il marchio di un'azienda, ma bensì l'asset dell'azienda stessa con tutti i suoi valori tangibili e intangibili. Il programma di comunicazione serve per distinguersi dalla concorrenza e ha valore se riesce a dare credibilità e posizionamento nel mercato giorno dopo giorno. Perché il valore di un'azienda è anche misurabile in termini economici, "brand equity", e non basta avere buoni prodotti per poter essere riconosciuti sul mercato. La grande sfida per rendersi visibili costringe quindi le aziende di successo ad investire in programmi di rebranding e il 'retail' è il luogo dove si combatte questa sfida".

illuminotecnico per la sede Milanese di Quintiles, azienda leader nella distribuzione farmaceutica.

"Gli obiettivi della committenza – ha spiegato Martini – erano trasmettere i valori aziendali al primo impatto visivo, lasciare trasparire la propria leadership, mantenendo un'impronta sobria e rassicurante, tutto ciò coinvolgendo anche i dipendenti. Non c'era solo la richiesta di un ambiente confortevole, rispondente alle normative e mirato al risparmio energetico, ma la richiesta di valori. La grande sfida progettuale si concretizza in realizzazioni che rispettando i parametri normativi, si affermano per le performance in termini di bilancio energetico globale, ma soprattutto per le aderenze all'immagine che la committenza vuole trasmettere attraverso la personalizzazione del progetto che garantisce aspetti quantitativi, ma anche qualitativi. Non è detto che tutto deve essere confortevole e mirato al benessere assoluto, ma bisogna dare il giusto peso agli elementi in gioco, perché la luce non viene vissuta in modo uguale dalle persone.

Entrando nello specifico del progetto Quintiles, ha poi sottolineato Martini, vi erano uffici con postazioni in linea utilizzate anche per lavorare in team, nei quali gli apparecchi sono stati posizionati al di sopra della postazioni, scelta che farebbe rabbrivire, ma che se fatta nel modo e con gli apparecchi giusti dà ottimi risultati".

Dalla progettazione di un elemento immateriale quale la luce si è passati alle

tendenze nell'arredamento per ufficio con il tema **"Design, materia e integrazione funzionale. I nuovi concept dello spazio ufficio"** sviluppato da **Giovanni Bordini** di Upper che, citando Gio Ponti, ha ricordato che "Il nuovo non è nella forma per esprimere una cosa ma nel nuovo modo di pensarla".

Bordini ha analizzato i filoni su cui si sta concentrando la ricerca di nuovi prodotti di arredo a partire dal design applicato allo spazio ufficio che ha precisato Bordini "diventa elemento di comunicazione e aiuta a rafforzare l'identità aziendale, diventa fusion di creatività, grafica, tendenza e moda perché deve rispondere all'esigenza di spazi di lavoro meno formali e più caratterizzati. Un'azienda che investe nello spazio ufficio deve maturare la consapevolezza che il design diventa parte integrante ed elemento indispensabile alla vita stessa dell'azienda.

Anche la ricerca materica diventa un must nella progettazione dell'arredo ufficio. Applicata ai materiali, la ricerca offre un supporto innovativo al design e all'industria dell'arredamento rendendo possibile una personalizzazione del prodotto industrializzato. Chi fa mobili per ufficio deve essere quindi in grado di lavorare le differenti materie (alluminio, vetro, metallo, materiali sintetici) per interpretare le nuove idee di design.

che integrate di prodotto. Uno scenario in cui il prodotto ecologico è oggetto di crescente interesse da parte del mercato perché lo impone la legislazione, ma anche perché il consumatore è più attento.

Ma quando parliamo di Green Office cosa intendiamo? Quali parametri lo misurano? Il concetto di Green Office può essere considerato sotto tre punti di vista:

- 1) il Contenitore, cioè l'edificio, gli spazi interni e gli arredi verdi;
- 2) i Servizi Accessori quali ad esempio i servizi di pulizia da affidare ad imprese che rispettano parametri ambientali utilizzando detergenti e detersivi non inquinanti;
- 3) le Attività a Regime che includono la raccolta differenziata dei rifiuti, il risparmio energetico, il risparmio di acqua, l'utilizzo di materiali, accessori e strumenti verdi.

Per i produttori non basta realizzare un prodotto verde, ma è importante anche comunicarne il contenuto, che diventa lo strumento per trasmettere la valenza socio ambientale dell'impresa. Un altro aspetto importante è che il prodotto realizzato in materiale riciclato non è più percepito come un prodotto scadente e di bassa qualità, ci sono materiali riciclati che non hanno nulla da invidiare ai materiali vergine".



**Marco Capellini, Matrec**



**Elisa Melzi, Ifma Italia**



**Francesco Porzio, Porzio&Partners**

Infine un ambito nel quale si concentrano le tendenze evolutive del prodotto è l'integrazione funzionale che significa progettare 'elementi' che si re-inventano per garantire la necessaria razionalizzazione degli spazi. Ciò significa sistemi modulari, librerie e contenitori sempre più utilizzati per suddividere lo spazio, pareti interne sempre più flessibili per garantire facilità di installazione e di riadattamento".

Un diverso aspetto di competitività per il settore ufficio è la tematica ambientale, contenuto della relazione **"Green Office tra design e innovazione"** dell'architetto **Marco Capellini**, fondatore di Design&Consulting, società che collabora con le imprese nell'ecodesign dei prodotti e di Matrec (\*).

Un excursus sull'evoluzione legislativa ha messo in evidenza come il concetto di sostenibilità ambientale dagli anni '60 ad oggi ha visto l'applicazione di provvedimenti comunitari ed internazionali che hanno colpito il nostro sistema estendendo la responsabilità del produttore e del consumatore. Inizialmente le Leggi avevano l'obiettivo di salvaguardare l'ecosistema, da queste si è passati a salvaguardare il sistema industriale e, successivamente, la legislazione ha mirato alla salvaguardia del prodotto con leggi orientate ai materiali.

"Lo scenario legislativo - ha chiarito Capellini - entra sempre più nel dettaglio e spinge verso i materiali "verdi", e diversi sono gli strumenti applicati a livello comunitario per favorire l'acquisto di elementi d'arredo "verdi", quali ad esempio il Green Public Procurement, per la fornitura degli acquisti pubblici e per orientare una conversione ambientale della produzione e delle "politi-

(\*). Per maggiori informazioni su eco-materiali ed eco-prodotti è possibile consultare il sito di Matrec ([www.matrec.it](http://www.matrec.it)) la prima banca dati italiana gratuita di eco-design dedicata ai materiali riciclati e al loro impiego nel mondo della produzione

**Elisa Melzi** di IFMA Italia (International Facility Management Association) nell'intervento **"Spazi di lavoro e costo dei servizi: nuove opportunità di confronto"** ha presentato i risultati della Ricerca, svolta da Ifma Italia, mirata a rappresentare i costi dell'edificio e come gli stessi variano rispetto alla dimensione e alla localizzazione. La ricerca parte dall'assunto che ogni azienda mette a disposizione dei collaboratori un luogo fisico all'interno del quale le persone lavorano per la produzione del business. A loro volta queste persone, necessitano di una lunga serie di strumenti, attrezzature e servizi; la qualità di questi fattori ha perciò una grande influenza sulla produttività del singolo e su quella complessiva dell'azienda, così come i loro costi possono incidere in maniera decisa sui bilanci dell'organizzazione. E allora: qual è il costo effettivo dell'edificio strumentale? e quale cifra l'azienda investe per ogni dipendente in strumenti e servizi? Per rispondere a queste domande Elisa Melzi ha illustrato il metodo di ricerca, basato sulle consolidate tecniche di benchmarking che è un punto di eccellenza nell'approccio di Ifma Italia. Sono state quindi descritte tipologie dimensionali di edifici (10.000 e 30.000 mq) e relativi servizi, e sono stati messi a raffronto i dati riferiti a Milano e Roma che costituiscono un riferimento importante per tutti gli attori del Facility Management.

Disporre di tali parametri permette di raffrontare i costi di FM con gli altri costi aziendali e definire una complessiva congruità degli stessi non solo in base ai mq ma anche ad altri parametri che sempre più tendono ad uscire dalle mura degli edifici fisici per corrispondere ad un costo di spazio virtuale utilizzato per l'esecuzione di attività ovunque il dipendente si trovi.

Rivolto principalmente ai fornitori della Pubblica Amministrazione la relazione **"Efficienza del Mercato Elettronico della PA nel layout d'ufficio"** in cui **Francesco Porzio** di Porzio & Partners ha fatto il bilancio sulle nuove procedure di acquisto della pubblica amministrazione.

"La legge finanziaria 2008 – ha riferito Porzio – ha rinnovato l'obbligatorietà per le Amministrazioni Statali, salvo poche eccezioni, del ricorso al mercato elettronico, alle convenzioni Consip ed ai negozi Elettronici. La normativa su come debba essere utilizzato il Mercato Elettronico è tutt'altro che chiara e l'interpretazione non è concorde. L'obbligo di "fare ricorso al mercato elettronico" per le Amministrazioni statali centrali e periferiche è da intendersi come vincolo a "concludere una transazione di acquisto" o semplicemente a richiedere preventivi senza l'obbligo di aggiudicarne alcuno? E poi, se un tipo di articolo è offerto da un solo Fornitore e non da altri, è lecito acquistarlo direttamente o

emulazione da parte di un nutrito gruppo di coda. In questo settore, il design, inteso come il complesso di idea e progettazione della forma di un prodotto, è uno dei principali strumenti di innovazione – ha sottolineato Di Girolamo –; le forme (disegni e modelli) divengono risorse da proteggere, il che richiede un efficace strumentario giuridico e, prima ancora, la volontà di pianificarne l'implementazione: dal punto di vista temporale, spaziale ed economico.

Agli strumenti giuridici propri dei vari Stati membri dell'Unione Europea, fa da ombrello un quadro normativo comunitario di una certa imponenza. A tale proposito, risulta interessante la possibilità di fare ricorso direttamente a strumenti di tutela della proprietà industriale stabiliti in sede UE, in quanto il sistema si avvale della tecnica dell'armonizzazione, contribuendo ad un raccordo generale tra le discipline dei vari Stati. Accedere alla normativa comunitaria permette quindi all'impresa nazionale di assicurarsi, con una sola registrazione, titoli di proprietà industriale validi e azionabili in ogni Stato membro dell'Unione Europea".

La chiusura delle due giornate è stata affidata a **Paola Cecco**, giornalista di *Officelayout*, che ha riassunto nell'intervento **"Gli spazi delle relazioni"** la ricerca e l'approfondimento costantemente portati avanti sulle pagine di *Officelayout*.

Cresce infatti nel progetto ufficio l'importanza degli spazi di accoglienza e di incontro strutturati per incentivare la comunicazione, la motivazione e l'identificazione con l'azienda. Sempre più una comunicazione aperta, informale e spesso non pianificata viene considerata uno dei più importanti fattori di produttività. Diventa quindi essenziale per l'azienda moderna poter disporre di spazi attrezzati che consentano di sfruttare al meglio il tempo impiegato in questi incontri. Ecco quindi che gli scambi di informazioni che in origine avvenivano in modo spontaneo nelle aree di maggiore transito hanno avuto un riconoscimento nella progettazione dell'ufficio che struttura spazi di lavoro, accoglienza, incontro, ma anche di servizio al dipendente, che permettono di rendere la comunicazione sempre più efficace.

La stessa postazione operativa non è più concepita per dividere, ma per unire e favorire

la comunicazione tra colleghi. Cadono le separazioni e i sistemi operativi consentono di creare dalla scrivania singola ai bench, tavoli che possono crescere all'infinito per consentire il lavoro in team. Anche la reception non può essere considerata unicamente come spazio di accoglienza, perché sempre più frequentemente è strutturata per gestire spazi operativi quali aree meeting, sale training, sale demo e di servizio quali aree break.

Cosa accade allo spazio riunioni, luogo delle relazioni per eccellenza? Sempre più frequentemente le aziende tendono a far divenire lo spazio di riunione uno spazio polifunzionale in grado cioè di essere riconvertito a seconda dell'utilizzo che ne viene fatto.

Ma le aziende investono per migliorare l'ambiente lavorativo predisponendo non solo spazi confortevoli e curati, ma anche, ed è questa la novità, fornendo una serie di servizi ai dipendenti. Gli obiettivi di tali scelte sono motivare i dipendenti, creare una maggiore identificazione con l'azienda e permettere alle persone di conciliare attività lavorative e impegni personali. Ecco quindi che all'interno di aziende medio-grandi vengono realizzate palestre, asili, punti vendita, sportelli bancari e postali, farmacie, servizi di lavanderia e consegna della spesa.



**Pierpaolo Di Girolamo, consulente giuridico**



**Paola Cecco, Officelayout**

è necessario richiedere altre offerte specifiche? In quest'ultimo caso, è necessario richiedere almeno tre preventivi? Se un solo Fornitore risponde alla richiesta di Offerta, è possibile concludere l'acquisto o questa pratica potrebbe essere un comportamento elusivo delle severe norme sugli acquisti pubblici? A tutte queste domande il relatore ha dato risposta.

Risposta che anche i lettori di *Officelayout* possono trovare nella rubrica "Mercato elettronico e PA," curata dall'ingegner Porzio sulla rivista.

La tutela del design come strumento per proteggere l'innovazione delle imprese è stato il focus dell'intervento **"Design e innovazione nel quadro giuridico comunitario"** di **Pierpaolo Di Girolamo**, consulente giuridico in materia di proprietà intellettuale e autore della rubrica "Gli strumenti per la tutela della proprietà intellettuale" pubblicata su *Officelayout*.

"L'innovazione assume un ruolo centrale per la strategia aziendale, in quanto contribuisce alla distinguibilità e all'individualità dell'impresa. In settori particolarmente affollati – ha spiegato Di Girolamo – distinguersi può fare la differenza tra l'eventualità di sopravvivere, ovvero di affermarsi nel mercato di riferimento, senza considerare, poi, che una corretta individuazione del patrimonio immateriale, oltre a permetterne la tutela, ne consente la valutazione ai fini dell'ammortamento. Ciò è vero soprattutto nel settore dell'arredamento e dei complementi, caratterizzato da una spinta costante all'innovazione tecnica ed estetica, cui spesso si accompagna un forte grado di

