



Dalla mensa al ristorante aziendale:
una soluzione “su misura” attraverso la
riprogettazione degli spazi.
Filosofia del benessere Nissan.

Francesco Manselli, Direttore Finanziario, Nissan Italia

Fulvio Ferrari, Direttore Acquisti, Nissan Italia

Andrea Iose, Responsabile della Progettazione, Pedevilla

Nicola Pedevilla, Responsabile Commerciale, Pedevilla



Il Contesto

Connecting NISSAN WAY to Mission and Vision



Multinazionale Giapponese con “Global Policies”:

1. Miglioramento della motivazione dell'ambiente di lavoro e, *come ritorno*, della produttività (Nissan Way);
2. Recupero della tradizione nipponica (Visual Identity);
3. Innalzamento del Brand vs. clienti interni/esterni;
4. Riduzione CO2 ed eco-sostenibilità (Green Program);
5. Efficienze economiche (RNPO);
6. Efficienze nella gestione degli spazi (Global Facility).



Milano 4 e 5 novembre 2009





Le Esigenze



NGP2010 nato nel 2002 fissa i seguenti tre assi chiave:

- Riduzione emissioni CO2 (sedi);
- Riduzione emissioni (veicoli);
- Riciclo ed Ottimizzazione Risorse.

- Riduzione dell'impatto ambientale
- Ottimizzazione e sfruttamento degli spazi
- Contenimento dei costi del progetto ed esterni
- Enfatizzare il visual identity
- Ristoro con feeling e sostenibilità



Milano 4 e 5 novembre 2009

Facility Management convention



Le Soluzioni

- Progettazione dello Spazio
- Soluzioni tecniche di recupero dell'esistente
- Aumento della superficie espositiva
- Eco-compatibilità nell'uso dei materiali
- Armonia degli ambienti
- Rispetto dell'identità visuale
- Utilizzo del project financing
- Ricorso alla sub-fornitura



Milano 4 e 5 novembre 2009

