

FMC *news*



I temi salienti e tutti gli appuntamenti della due giorni

Presente e futuro del FM

Mario Codazzi, Presidente di IFMA Italia, ripercorre la storia della FMC e traccia un quadro dell'evoluzione della professione e della disciplina

Ripercorrere la storia e i temi della Facility Management Convention è un buon modo per leggere l'evoluzione recente della gestione di immobili e servizi in Italia. L'evento e la disciplina sono infatti cresciuti in modo parallelo, dai timidi passi della fine degli anni '90, fino alla crescente affermazione degli ultimi anni. "Alla sua nascita la FMC aveva forse più le caratteristiche di una vetrina per il mercato dei servizi e del Facility Management in generale" ricorda Mario Codazzi, Presidente di IFMA Italia "ben presto però ha iniziato un rapido processo di evoluzione che l'ha condotta allo stato attuale di manifestazione di punta per tutto il settore. Negli anni abbiamo visto crescere in maniera esponenziale sia lo spettro di temi trattati, sia la profondità del processo di analisi a cui vengono sottoposti. Oggi il valore della FMC come unico evento in grado di fotografare presente e futuro della disciplina credo sia ormai indiscutibile".

Come vede l'evoluzione dell'evento nei prossimi anni?

"Per le prossime edizioni mi auguro che la FMC possa continuare ad ampliare la sua sfera di interesse, andando a toccare tutti i settori che possono beneficiare del Facility Management. Allo stesso tempo mi auguro che possa dare sempre più visibilità ai Facility Manager per far guadagnare loro il giusto ruolo all'interno di ogni azienda. Un obiettivo, quest'ultimo, a cui contribuisce già in maniera decisiva anche l'attività di formazione di IFMA Italia".

A tal proposito, quanto siamo vicini, in Italia, a vedere la professione del Facility Manager conquistare il ruolo di top management che le compete?

"Senz'altro più di qualche anno fa, ma non ancora abbastanza, a mio parere. Troppe aziende compiono ancora il grave errore di sottovalutare il peso strategico dei

servizi di supporto e il loro impatto decisivo sui destini dell'azienda. Così facendo, finiscono inevitabilmente per non dare il giusto valore anche a chi ha il compito di gestire questi servizi. E, soprattutto, a non riconoscere quanto sia unica una figura che racchiude in sé competenze di ogni genere, da quella tecnica a quella

strategica, da quella relazionale a quella di problem solving".

E per quanto riguarda infine il mercato del FM, quali sono le sue attuali e future prospettive?

"Il lato della domanda oggi si presenta sul mercato del FM soprattutto con l'obiettivo di realizzare una riduzione dei costi. E visto l'attuale, lungo periodo di crisi, questo è assolutamente comprensibile. Le società di FM dal canto loro non possono che

rispondere a tale richiesta seguendo i dettami della disciplina e cercando quindi soluzioni innovative per coniugare la riduzione delle spese con un miglioramento nella qualità dei servizi. Si tratta di un'impresa non semplice di per sé, che oggi appare ancora più ardua che in passato e che richiede quindi una nuova strategia d'azione. Vediamo perciò che molte società stanno iniziando a segmentare la loro offerta, specializzandola in base al settore merceologico di provenienza dei clienti. Uno stesso servizio infatti acquisisce un significato ben diverso a seconda della realtà in cui è inserito, soprattutto nel caso di settori particolari come quello farmaceutico, quello alimentare o ancora quello bancario. In quella che secondo me è un'evoluzione naturale, le società di FM stanno puntando perciò a specializzarsi in diversi e particolari segmenti di domanda, acquisendo competenze che prima non avevano per offrire ai loro clienti un servizio che risponda davvero e in pieno alle loro reali necessità e alla particolare natura del loro business".



Facility Management convention

Milano, 26 - 27 ottobre 2011

Una bussola per orientarsi nella gestione di immobili e servizi

Sommario

- Presente e futuro del FM** pag. 1
- Quali leve per migliorare la competitività?** pag. 2
- Dibattiti e Punti di fuoco Mercoledì 26 ottobre** pag. 3/4
- La Partnership: la regola vuol dire fiducia** pag. 5
- Punti di fuoco Giovedì 27 ottobre** pag. 6
- Il settore del FM sta facendo la sua parte per uscire dalla crisi?** pag. 7

Con il patrocinio di



Le Publication Partnership



I Main Sponsor



I Testimonial IBM ITALIA, JOHNSON CONTROLS, OCÉ ITALIA, RICOH ITALIA, SUNPOWER ITALIA, ZUCCHETTI

Quali leve per migliorare la competitività?

L'evoluzione dei mercati ha reso stringente la necessità per ogni azienda di ricercare una maggiore competitività. Nel contesto attuale questa sfida non ha come obiettivo il solo guadagnare un vantaggio sugli altri soggetti presenti in un determinato settore, quanto piuttosto la stessa sopravvivenza dell'azienda e la sua capacità di proporsi in maniera convincente sul mercato di appartenenza. Un primo passo per individuare quale strada percorrere per migliorare in maniera decisa la competitività è quello di vedere quali siano le caratteristiche che contraddistinguono le aziende di successo e mancano invece alle altre. *Edoardo Venturini, Direttore Relazioni Esterne e Comunicazione di Sodexo* a tal proposito nota che "parlando di Facility Management, l'evoluzione dei mercati si muove lungo una linea che va dall'appalto, al miglioramento e infine al cambiamento. L'appalto, sulla base di un capitolato ben definito, si basa sulla promessa che non ci sarà nessun mutamento e che la transazione sarà senza attriti. In questo caso i fattori chiave del successo sono la capacità di gestione dei costi e la flessibilità. La proposta commerciale, fondata sul servizio esistente, è centrata sul prezzo. L'offerta di miglioramento promette invece di ottimizzare il rapporto qualità-prezzo e i fattori chiave del successo risiedono nei metodi e nei processi. Il soggetto deve perciò dar prova di possedere un know-how tanto forte da soddisfare una richiesta dell'azienda contraddistinta da specifiche di servizio molto dettagliate. Il cambiamento, infine, si caratterizza per una visione molto più ampia. Consente di migliorare la qualità della vita dell'azienda e di creare sinergie reali nell'offerta e nei prezzi. Tutto ciò attraverso una proposta commerciale basata sui risultati attesi che risponde a una domanda molto aperta da parte dell'azienda, dando così origine a una vera partnership".

Ne deriva, sempre secondo Venturini, che oggi un'azienda per migliorare la propria competitività deve "innanzitutto definire strategie e obiettivi precisi e lavorare per raggiungerli puntando all'evoluzione piuttosto che al mantenimento dello status quo. Spesso le aziende concentrano i loro sforzi su come spendere di

meno, mentre il vero obiettivo è guadagnare di più. Spendere meno è solo uno dei modi per riuscirci: funzio-

“Funzionare meglio, essere più efficaci ed efficienti, concentrarsi sugli obiettivi strategici: questi sono i fattori più importanti e che danno migliori risultati”.

zionare meglio, essere più efficaci ed efficienti, concentrarsi sugli obiettivi strategici sono fattori più importanti e danno migliori risultati.

È poi utile essere dinamici e pronti a dare risposte adeguate anticipando le richieste dei mercati e l'evolvere del contesto in cui si opera. E

soprattutto creare benefici fornendo risultati concreti". Sullo stesso punto *Antonio Ivo, Amministratore Delegato di ISS Facility Services* nota invece che "il livello di competitività del mercato spinge oggi le aziende a ricercare costanti recuperi di efficienza e a non distogliere la propria attenzione dalla missione primaria della società; l'outsourcing è sicuramente un mezzo per raggiungere tali obiettivi. Ritengo che esistano molteplici situazioni che favoriscono lo sviluppo di questa strategia, situazioni che vanno ben oltre la semplice riduzione delle spese, del controllo dei costi e della preservazione dei capitali".

Ivo, allo stesso tempo, fa notare invece quale siano le leve più errate su cui fare pressione nella speranza di aumentare la propria competitività: "complice la grave crisi internazionale, sempre più frequentemente, e non solo in Italia, si riscontra un'errata tendenza a diminuire l'accento sulla protezione sociale e ad aumentarlo nei confronti della crescita dei profitti e della competitività delle società. Talvolta i due aspetti si trovano in contrasto aperto e in virtù della ricerca di flessibilità si provocano situazioni di estremo disagio nel mondo del lavoro. Se, da un lato non è accettabile che il protezionismo sociale estremo sia in grado di generare il fallimento di

una società, dall'altro non è corretto immolare parte o tutto il personale di una società sull'altare del vantaggio competitivo. Il business del process outsourcing, in generale, e del Facility Management, in particolare, può essere una metodologia per trovare il difficile equilibrio tra le due legittime esigenze. Infatti le più accreditate società che hanno l'outsourcing come core business credono nel sistema della libera imprenditorialità, ma hanno la consapevolezza che il loro bene principale è costituito dal personale che svolge i servizi per i clienti e quindi sentono sia il dovere che l'interesse a trattarlo costantemente con onestà, dignità, equità e rispetto".



Introduzione a cura di
Giovanni Valentini
Docente Assistant Professor,
Dipartimento di Management
e Tecnologia, Università Bocconi



Relatori
Mario Codazzi
Presidente,
IFMA Italia



Gianfilippo Cuneo
Fondatore e Chairman Comitato
Investimenti, Synergo



Luciano Frattini
Presidente e Amministratore Delegato,
Medtronic Italia

Ci trovi

Convegno di apertura

Mercoledì 26 ottobre 2011

Sala Leonardo

ore 9.45 - 11.15



Mobili lounge „sopha“

Sedus Stoll Srl, via Volta snc, 22071 Cadorago
Telefono + 39 031 494111, E-mail sedus.it@sedus.com

sedus

Place 2.5
Il benessere produttivo
www.sedus.it



Creare e gestire un Facility Department: tutti i perchè

Dibattito

Mercoledì 26 ottobre ore 11.30 - 13.00 Sala Bramante

Introduzione a cura di Paola Pristerà, Strategia & Ricerca e Formazione IFMA Italia

Chairman:

Mariantonietta Lisena
Direttore Generale, IFMA Italia

Relatori:



Nicola Antonucci
Business Development & Marketing Director,
ISS Facility Services



Paolo Cavallo
HQ Facility Management, Campari Group



Emilio Giacomini
Responsabile Area Operativa FM, CEG



Massimiliano Maini
Responsabile Risorse Umane, Mapfre Warranty

Il costo del servizio: questo sconosciuto

Dibattito

Mercoledì 26 ottobre ore 11.30 - 13.00 Sala Leonardo

Introduzione a cura di Roberto Perotta, Strategia & Ricerca IFMA Italia

Chairman:

Mario Codazzi
Presidente IFMA Italia

Relatori:



Alberto Cannistrà
Direttore Real Estate, Siemens



Enzo Capilli
Business Services Sales & Operation
Manager, Océ Italia



Fabiana Pala
Bid & Transaction Specialist Division
Facility Management, Cofely

Mercoledì 26 ottobre

Il quotidiano dei professionisti dell'economia, del diritto e della politica

ItaliaOggi è il sistema di informazione e formazione più completo, rapido ed efficace al servizio delle piccole e medie imprese, della pubblica amministrazione e dei loro consulenti.



www.italiaoggi.it

Classeditori

L'INFORMAZIONE PROFESSIONALE DELL'ITALIA DI OGGI

Il ruolo dei sistemi di governo: strategie e opportunità

Punto di fuoco

Mercoledì 26 ottobre ore 14.15 - 16.30 Sala Leonardo

Introduzione a cura di Roberto Perotta, Strategia & Ricerca IFMA Italia

Chairman:



Andrea Ciaramella
Docente dipartimento BEST, Politecnico di Milano

Relatori:



Massimiliano Barberis
Consulting Operation Manager, Ricoh



Gianni Maja
Workplace Services Manager Europe,
Avago Technologies Italy



Andrea Mongelli
Presidente, Natisoft



Grazia Neri
Account Manager, Zucchetti

Giuseppe Sturiale
Senior Technology Consultant, IBM SWG Tivoli

Risparmio energetico e sostenibilità: ora o mai più

Punto di fuoco

Mercoledì 26 ottobre ore 14.15 - 16.15 Sala Bramante

Introduzione a cura di Elisa Melzi, Strategia & Ricerca IFMA Italia

Chairman:



Roberto Cigolini
Docente Dipartimento Ingegneria Gestionale,
Politecnico di Milano

Relatori:



Attila Oldano
Head of Sustainability Business Unit Energy, Openplan



Mauro Poli
Responsabile Servizi Immobiliari, Max Mara



Alessandro Porta
Sales Executive Energy Solutions Building Efficiency,
Johnson Controls



Fabrizio Seghetti
Sales Manager, SunPower Italia

Officelayout

Il nuovo rumore del layout d'ufficio

I MOBILI CONTENITORI PER L'UFFICIO
L'AMBIENTE DI LAVORO OTTIMALE
SOSTENIBILITÀ VS QUALITÀ AMBIENTALE
QUALITÀ ED EFFICIENZA NEL PROGETTO DELLA LUCE
LE NUOVE FRONTIERE DEL PAVIMENTO SOPRAELEVATO
L'EVOLUZIONE DELLA SEDUTA DA LAVORO
UN AMBIENTE DI LAVORO DAL GUSTO DOMESTICO
L'ARREDO OPERATIVO... A CIASCUNO IL SUO
GLI ARREDI DIREZIONALI
IL DESIGN. TUTTI LO VOGLIONO TUTTI NE PARLANO
LED: LUCE SOTTO CONTROLLO
PROGETTARE L'AMBIENTE RECEPTION
LA PARETE MOBILE STRIZZA L'OCCHIO ALL'EDIFICIO
LE PRESTAZIONI ACUSTICHE DEGLI EDIFICI
SEGNALETICA O COMUNICAZIONE?
TAVOLI PER LE SALE RIUNIONI
I MOBILI CONTENITORI PER L'UFFICIO
PROGETTARE CON LE PARETI DI VETRO
IL DESIGN ECOSOSTENIBILE
IL NUOVO LAYOUT BANCARIO
LE NUOVE FRONTIERE DEL COPRAELEVATO

Officelayout è la rivista per progettare, arredare, gestire lo spazio ufficio.
È distribuita in abbonamento. email: abbonamenti@soiel.it - tel: 02 26148855

www.soiet.it - www.soietv.it



La Partnership: la regola vuol dire fiducia

Mercoledì 26 ottobre

Se nei primi anni di presenza del Facility Management in Italia la sfida principale era semplicemente quella di far conoscere la disciplina, oggi gli obiettivi si sono fatti più ambiziosi e raffinati.

Tra questi va citata senz'altro la battaglia culturale volta a promuovere la partnership tra azienda e fornitore di servizi di FM, perché ritenuta la forma di rapporto più adatta a sviluppare a pieno le potenzialità della disciplina. Ma è davvero così? Secondo **Alessandro Centrone**, *Amministratore Delegato di Sedus* "negli ultimi anni si è spesso abusato del termine partnership, applicandolo ad aree non propriamente strategiche dove la continuità, l'interconnessione dei processi e la completezza non risultano essere necessarie o fondamentali.

Ciò però non deve far dimenticare che il modello della partnership resta molto spesso il più valido per gestire aree altamente strategiche.

Le norme che regolano questo rapporto dovrebbero però sempre basarsi sul principio che nella partnership né l'azienda né il fornitore possono gestire il rapporto con margini d'acquisto o di vendita nulli.

La continuità e la sostenibilità del rapporto devono essere garantite da condizioni commerciali eque: se da una parte l'azienda deve esigere condizioni che massimizzino la forza del rapporto in essere, dall'altra il

“Non si deve dimenticare che il modello della partnership resta molto spesso il più valido per gestire aree altamente strategiche”.

fornitore deve poter contare su un contratto che sia economicamente gestibile.

Gli esempi migliori di partnership derivano quindi da accordi basati sulla trasparenza e inerenti aree in cui il costo legato al cambiamento e alla sostituzione risultino molto onerosi". Secondo **Barbara Fagioli**, *Responsabile Commerciale di CEG Facility*

esiste però un ostacolo di ordine soprattutto culturale sulla strada di una maggiore diffusione della partnership. "In molti casi non c'è interesse nell'instaurare il giusto rapporto di partnership necessario perché il global outsourcer possa operare nella giusta direzione.

Questo è evidente soprattutto nelle grandi aziende nazionali strutturate dove spesso non viene richiesta all'outsourcer alcuna capacità

progettuale ma la mera manodopera per l'esecuzione delle attività. Inoltre ogni biennio o triennio avviene una gara d'appalto per cambiare fornitore e quindi né il committente né il fornitore hanno un reale interesse nel costruire progetti a medio lungo termine. In questo scenario il rapporto che viene a crearsi più che una partnership risulta essere una sudditanza.

Sono purtroppo ancora poche le aziende pronte a impegnarsi con il loro partner nel costruire progetti di ottimizzazione ed efficienza di medio e lungo periodo, dove il risultato è condiviso e così anche l'impegno nel raggiungerlo".

Chairman:

Mario Codazzi, *Presidente IFMA Italia*



Relatori:

Nicola Antonucci
Business Development & Marketing Director, ISS Facility Services



Alessandro Centrone
Amministratore Delegato, Sedus Stoll



Luca Fiorucci
Direttore Business Unit Facility Management, Cofely



Simone Grazzani
Regional Operations Manager Global Workplace Solutions, Johnson Controls



Alexis Lerouge
Marketing On-site Service Solutions, Sodexo



Giovanna Nuzzo
Corporate Communication & CRM Manager, Océ Italia

Ci trovi

Conferenza plenaria

Mercoledì 26 ottobre 2011

Sala Bramante

ore 16.45 - 18.00



Scopri i nuovi colori e materiali della linea Land3 presso il nostro showroom in via Cà Rossa 7/9, 20023, Cerro Maggiore, Milano. www.sacea.net info@sacea.net 0331/447800

Organizzazione, innovazione e cambiamento: la parola ai Facility Manager

Giovedì 27 ottobre ore 10.00 - 11.15 Sala Leonardo

Conferenza plenaria



Chairman:
Marco Miramondi
Past President, IFMA Italia



Andrea Cataldo
General Services Manager Europe, Fendi



Relatori:
Jari Calcagno
Facility Manager, Benetton Group



Vito Roberto Palmiotti
Administrative Services Manager, 3M Italia

La scelta e la gestione della sede aziendale: una scommessa per il futuro

Punto di fuoco

Giovedì 27 ottobre ore 11.30 - 13.00 Sala Bramante

Introduzione a cura di *Mariantonietta Lisena, Direttore Generale IFMA Italia*



Chairman:
Cesare Maria Casati
Fondatore e Direttore Responsabile L'Arca, rivista internazionale di Architettura



Relatori:
Paolo Davoglio
Office & Facilities Supervisor, Mattel Italia



Andrea Magistris
Facility Manager, Pall Italia



Alberto Pizzigoni
Direttore Generale, Openpl@n

Massimiliano Ferrara
Advisor Engineering, CEG

Ambiente ufficio e benessere: dalle buone intenzioni ai fatti

Punto di fuoco

Giovedì 27 ottobre ore 11.30 - 13.00 Sala Leonardo

Introduzione a cura di *Elisa Melzi, Strategia & Ricerca IFMA Italia*

Chairman:
Lorenzo Bernorio



Relatori:
Alessandro Centrone
Amministratore Delegato, Sedus Stoll



Michela Santi
Talents and Organization Effectiveness Manager, Kraft Foods



Mario Sartarelli
Direttore Risorse Umane e Organizzazione, Natuna



Edoardo Venturini
Direttore Relazioni Esterne, Sodexo

ESTE

EDITORIA E CONVEGNISTICA PER FARE E GESTIRE L'IMPRESA

LE RIVISTE

I CONVEGNI



i CONVEGNI di
SVILUPPO & ORGANIZZAZIONE

ESTE srl

Via A. Vassallo, 31 - 20125 Milano

Tel. 02.91434400 - Fax 02.91434424 - info@este.it - www.este.it





Giovedì 27 ottobre

Riflessioni sulla qualità del servizio

Giovedì 27 ottobre ore 14.30 - 15.00 Sala Bramante



Con:

Antonella Carù
Professore ordinario di Marketing, Università Bocconi

Uno contro tutti

Giovedì 27 ottobre ore 15.00 - 16.30 Sala Bramante



Partecipano:

Mariantonietta Lisena
Direttore Generale, IFMA Italia



Angelo Alessandrini
IBM Tivoli Software, Enterprise Asset Management,
Sales Leader



Nicola Antonucci
Business Development & Marketing Director,
ISS Facility Services



Mimmi Marchetti
Market Unit - Regional Operations
Manager, Italy Shell Account, Global WorkPlace Solutions,
Johnson Controls



Fabiana Pala
Bid & Transaction Specialist Divisione Facility Management,
Cofely



Edoardo Venturini
Direttore Relazioni Esterne, Sodexo

Il settore del FM sta facendo la sua parte per uscire dalla crisi?

Quando qualche anno fa iniziò a stagliarsi all'orizzonte lo spettro della crisi, in molti, e non solo nel settore della gestione di immobile e servizi, preannunciarono che il Facility Management avrebbe giocato un ruolo di primo piano nel condurre le aziende fuori dalle secche della stagnazione economica.

Oggi è giusto chiedersi se quella previsione è stata rispettata e se il settore del Facility Management stia portando il contributo che in tanti auspicavano. "Le società di FM hanno fatto passi da gigante nell'ultimo decennio" commenta *Luca Fiorucci, Direttore Divisione Facility Management di Cofely Italia* "hanno rivisto la propria organizzazione puntando su risorse con forti competenze gestionali.

Hanno lavorato sullo strumento contrattuale, sull'analisi dei costi, sulla misurazione delle performance, sull'efficienza energetica e ambientale. Hanno decisamente elevato il loro ruolo, da supporto puramente tecnico per le aziende, a realtà in grado di trovare soluzioni innovative per rendere efficiente tutta l'area no-core. Quello che è stato fatto però non è sufficiente ed è necessario lavorare sulla diffusione della cultura del FM, aiutando i Facility Manager a veder riconosciuto il loro ruolo strategico in azienda e promuovendo i nuovi modelli di gestione delle facility".

Alessandro Calvo, Amministratore Delegato di Natisoft ravvisa però un altro tipo di problema "andiamo verso un mercato rappresentato da ottimi erogatori e modesti soggetti di controllo.

Credo che le società del settore FM siano più attente a interpretare le specifiche contrattuali piuttosto che a conoscere e gestire correttamente le leve del controllo e del monitoraggio. E nemmeno la contrattualistica attuale, in generale, sembra puntare in questa direzione. Si può fare perciò molto in tal senso, magari esaminando con occhio attento la contrattualistica estera, soprattutto inglese e tedesca.

A rallentare ulteriormente l'evoluzione del settore è poi l'assenza di un albo delle società di Facility Management.

Oggi qualunque soggetto che eroghi servizi si qualifica come società di FM. Questa eccessiva polverizzazione rallenta qualsiasi processo di miglioramento delle prassi gestionali e dei benefici che queste ultime producono a chi dispone di un patrimonio immobiliare".

ore 17.00

Spritz Party gentilmente offerto da:



HW STYLE
HEALTH FOR YOUR SPACE

più verde, meno stress

Progettiamo, realizziamo e manteniamo il verde nel tuo ufficio

Maggiori informazioni su:

www.hw-style.it

Numero Verde
800-064625

green passion

Swiss Post Solutions

alla conquista del mercato globale

Swiss Post Solutions è una società della Posta Svizzera, gruppo che nel 2010 ha conseguito eccezionali risultati: un fatturato di 10,2 miliardi di dollari nel 2010, un utile di 1,1 miliardo, un capitale netto di 4,9 miliardi e oltre 61.000 dipendenti tra Europa, Stati Uniti ed Asia con attività dislocate in 25 paesi. Tutti dati che dimostrano come l'affidabilità, la serietà e la riservatezza svizzere non siano un mito, bensì elementi chiave per raggiungere un successo mondiale.

Coniugando felicemente i valori della casa madre con la cultura e le leggi dei Paesi in cui opera, Swiss Post Solutions offre soluzioni che spaziano dall'outsourcing nell'ambito dei servizi generali (posta tradizionale e digitale, reception, centro stampa etc.) al Business Process Outsourcing in ambiti aziendali quali l'amministrazione, approvvigionamenti, area tecnica e qualità, marketing, vendite, personale e organizzazione.

L'esperienza maturata in Italia sin dal 2001, con il brand MailSource divenuto oggi Swiss Post Solutions, testimonia che la terziarizzazione dei servizi postali interni, e più in generale il Business Process Outsourcing, se gestiti con professionalità portano un enorme potenziale di sviluppo e di recupero di efficienza. Tra i clienti di Swiss Post Solutions l'esternalizzazione dei processi ha infatti evidenziato incrementi dei livelli di servizio del 30% e una riduzione dei costi di gestione media del 20%, con un livello qualitativo superiore a quello conseguibile grazie alla gestione diretta.

I fattori alla base di questi risultati sono la flessibilità nell'accogliere ogni nuova esigenza dei clienti e nel definire il relativo servizio, l'impiego di soluzioni tecnologiche di ultima generazione e, non ultima, la forza "finanziaria" della Posta Svizzera, elemento che garantisce una partnership a lungo termine e rende possibili prezzi e modelli di business altamente competitivi. Ulteriore garanzia di valore sono poi gli accreditamenti di Swiss Post Solutions riconosciuti a livello internazionale, quali le certificazioni ISO 9001, ISO 27001, ISO 14001, PCI, SAS70.

Come conferma anche l'ultima riorganizzazione interna, Swiss Post Solutions vuole offrire ai suoi clienti prestazioni sempre più integrate, sia supportando i loro processi operativi attraverso la digitalizzazione, l'elaborazione e l'archiviazione di documenti, sia affiancandoli nella gestione attiva dei rapporti con i loro clienti attraverso programmi di fidelizzazione, e-business e soluzioni di billing e payment".

Particolarmente interessanti sono, fra gli altri, i servizi prestati da Swiss Post Solutions a **EniServizi, Roche e Siemens**.

La collaborazione con **Eniservizi S.p.A.**, attiva da ben dieci anni, riguarda la gestione in outsourcing dei servizi di sala posta e dei loro correlati. Attraverso una sala posta centrale e vari focal points (sportelli decentrati nelle sin-

gole sedi del cliente) vengono gestiti la posta in entrata e in uscita, i corrieri, le commissioni esterne e i servizi complementari (gestione mailing list, distribuzione circolari, servizio telegrammi, imbustamento, etichettatura etc.) secondo criteri che portano a una semplificazione gestionale (interfaccia unica con il cliente e pertanto unico coordinamento delle attività), con conseguenti sensibili riduzioni dei costi di struttura (canoni contrattuali decrescenti, ottimizzazioni superfici occupate) e dei costi variabili (gestione amministrativa e contabile dei corrieri, reporting per la ripartizione analitica dei costi e dei volumi, ottimizzazione delle spedizioni), unitamente alla costante ottimizzazione delle risorse umane impiegate

Più recenti, ma non meno rappresentative dell'eccellente modello di outsourcing erogato da Swiss Post Solutions, sono le collaborazioni intraprese con Roche S.p.A e con Siemens S.p.A.

Azienda leader nel settore farmaceutico e della diagnostica, **Roche** ha affidato a Swiss Post Solutions la gestione dei "Soft Services" attraverso un Centro Servizi in cui vengono erogate attività quali la gestione di fattorinaggio e corrieri, della posta e distribuzione giornali, del centro stampa e modulistica, la riproduzione di CD e DVD, la gestione di archivi interni ed esterni, la gestione di sale riunioni e videoconferenze e le lavorazioni tipografiche di ogni tipo. Per quanto riguarda l'area printing, Swiss Post Solutions si occupa anche della gestione delle apparecchiature dipartimentali multifunzione.

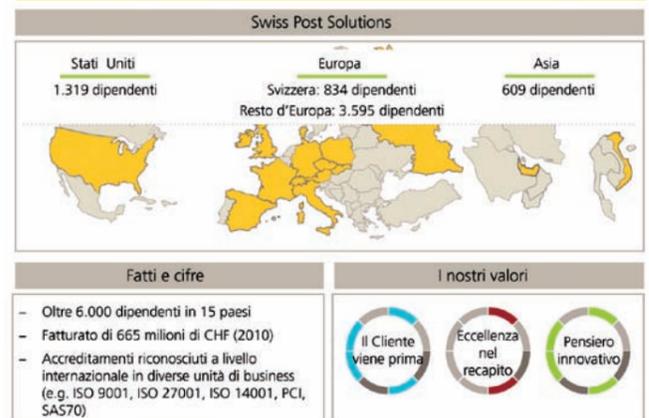
Il progetto ha permesso di raggiungere elevati standard di sicurezza nella gestione delle stampanti dipartimentali e dei relativi documenti, impedendo l'abbandono di carte confidenziali sulle stampanti o l'invio di scansioni di documenti riservati a indirizzi e-mail non autorizzati, introducendo un controllo capillare delle funzioni di stampa per utente, conseguendo una riduzione dei costi attraverso un minor consumo di carta e toner e una limitazione delle stampe a colori, incrementando l'efficienza complessiva del sistema e la sostenibilità ambientale attraverso minori consumi energetici e di toner, nessun utilizzo di sostanze nocive e una maggiore ecocompatibilità.

Swiss Post Solutions ha anche introdotto un Portale Servizi che permette, grazie a moduli on-line, di attivare le richieste e indirizzarle velocemente al Centro Servizi.

L'esperienza con **Siemens** è la testimonianza di come Swiss Post Solution possa realizzare felicemente un processo di digitalizzazione della posta, con il passaggio dalla Mailroom fisica a quella digitale. Il progetto in questo caso ha portato alla completa digitalizzazione della posta in arrivo, a una considerevole diminuzione dei quantitativi di carta e a una maggiore facilità e rapidità di accesso alla documentazione, grazie alla classificazione dei documenti con deposito degli originali presso un archivio fisico secondo le specifiche indicate dal cliente.

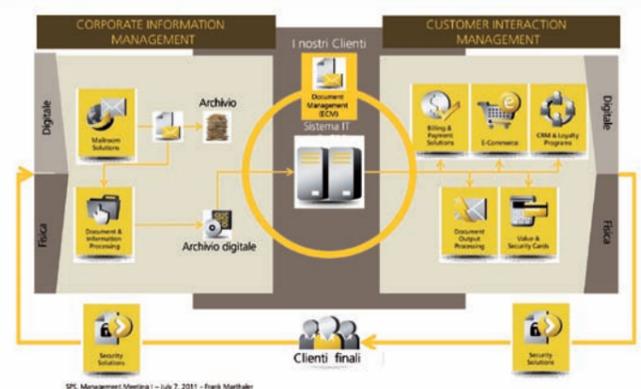


Swiss Post Solutions Un giocatore davvero globale



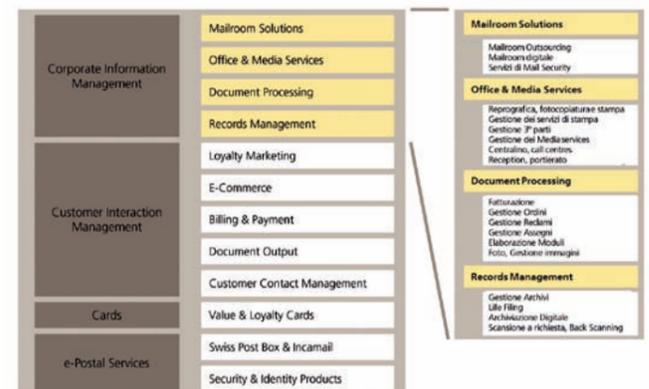
SPS, Management Meeting 1 - July 7, 2011 - Frank Martiner

Swiss Post Solutions Business Process Outsourcing



SPS, Management Meeting 1 - July 7, 2011 - Frank Martiner

Swiss Post Solutions Le nostre soluzioni soddisfano i vostri bisogni



SPS, Management Meeting 1 - July 7, 2011 - Frank Martiner