

GESTIRE

ONLINE

103



LA STORIA SIAMO NOI

*IFMA Italia compie 30 anni.
30 anni a supporto di chi gestisce servizi,
come Alessandro De Leonardis di Euronext
e Piermario Vigino, il più recente CFM italiano.
30 anni di studi e analisi, come il benchmarking
e l'analisi dello stato attuale dello smart working.
30 anni di una storia,
che è anche quella del Facility in Italia.*

GESTIRE ONLINE
Rivista di Facility
Management

Periodico
Anno XXIV
Numero 103

Edito da:
IFMA Italia

Sede redazione
V.le Lombardia, 66
20131 Milano
Tel. 02/28851611
Fax 02/28851623

e-mail: gestire@ifma.it
sito: www.ifma.it

Direttore
Mariantonietta Lisena

Direttore Responsabile
Andrea Boido

Capo Redattore
Silvia Leprai

Hanno collaborato
a questo numero:
Roberto Perotta
Paola Pristerà

Progetto grafico
Marco Maria Lantero

Impaginazione
Laura Santarelli
Creative Company
Verano Brianza (MB)

EDITORIALE

30 ANNI DI FACILITY

Spesso, quando un'organizzazione raggiunge una o più decadi di attività si celebra l'anniversario stando ben attenti a sottolineare che non si tratta di un traguardo, ma di un nuovo inizio. È comprensibile, i traguardi richiamano un'idea di fine della corsa che non piace a nessuno. Il risultato è una certa ritrosia a guardarsi indietro e a celebrare troppo il proprio passato, forse nel timore di sminuire il proprio futuro.

IFMA Italia compire 30 anni ed è vero, non lo sentiamo tanto come un traguardo, quanto come la tappa di passaggio di un lunghissimo viaggio.

Ma quelli di IFMA Italia non sono 30 anni qualunque.

Hanno coinciso con la nascita e lo sviluppo di un settore di grande importanza e in continua crescita come quello del Facility Management. E senza tema di risultare arroganti, si può anche dire che quello sviluppo l'Associazione l'abbia accompagnato, supportato e in molti frangenti anche indirizzato.

La storia di IFMA Italia è quella del Facility in Italia. Riviverla, anche solo per un istante, può dirci molto su quella che è la natura del settore e su quanto lo attende nel prossimo futuro.

Ma questa storia merita di essere raccontata anche perché è quella di un'Associazione e quindi di un gruppo di persone determinate a compiere un atto che oggi, purtroppo, suona quasi rivoluzionario: riunirsi sotto un unico tetto metaforico per scambiare idee e crescere assieme. E quindi non è affatto un caso se ogni attività di IFMA Italia ha posto al centro non solo i singoli individui, ma soprattutto la loro interazione: gli eventi hanno riunito piccoli e grandi numeri di persone per mettere a confronto diretto prospettive diverse, il centro studi ha fornito materiale per questo confronto, fornendo dati e fotografando realtà su cui riflettere e discutere, così come hanno fatto i libri, le riviste, le newsletter e tutta la comunicazione di IFMA. E la formazione, infine, o forse si dovrebbe dire prima di tutto, ha fatto crescere le persone in modo che avessero le competenze e il linguaggio adatti a dialogare al meglio una con l'altra e portare la disciplina e il settore sempre un passo oltre.

Questo è stato, e continuerà ad essere, il maggior contributo di IFMA Italia al Facility Management e il suo modo per indirizzarne la crescita nella giusta direzione: far incontrare e parlare persone che altrimenti non ne avrebbero avuto l'opportunità, offrendo loro anche un linguaggio comune con cui dialogare e solide fondamenta su cui basare le proprie opinioni oltre che la propria vita professionale.

La storia di questi 30 anni ci dimostra che questa è la strada giusta. E continueremo a percorrerla tutti assieme.

04

LA STORIA SIAMO NOI

IFMA Italia compie 30 anni. Ripercorriamo la sua storia lungo le tappe più importanti, in un racconto che è anche uno specchio dell'evoluzione di un intero settore.

08

LO STATO DEL FACILITY

Lo stato attuale e le prospettive del settore del Facility Management, tra il desiderio di una maggiore apertura verso l'esterno, l'esigenza di concentrarsi ancora di più sull'individuo ed il grande enigma portato dall'IA.

11

IL VALORE IN BORSA

Intervista a Alessandro De Leonardis, Facilities Manager Italy di Euronext, che ci parla del progetto di ammodernamento di Palazzo Mezzanotte e della sua visione rispetto alla gestione dei servizi.

14

ECCELLENZA CERTIFICATA

Un Italiano è entrato a far parte del prestigioso e ristretto club dei CFM. È Piermario Vigno di UL Solution, che ci racconta la sua esperienza e il significato di questo importante traguardo.

17

LA GIUSTA MISURA DELLO SMART WORKING

Lo smart working piace ai dipendenti e le aziende lo stanno impiegando in maniera adeguata. Ma rende davvero più produttivi? I risultati di una ricerca di IFMA Italia.

19

IL FACILITY SECONDO APLEONA

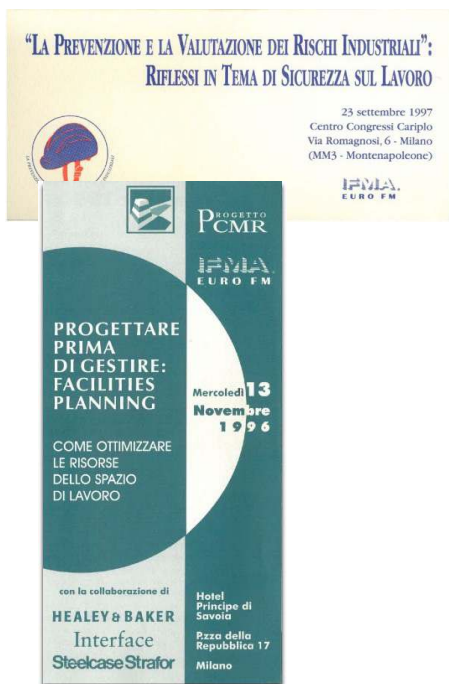
Il futuro dell'FM verrà edificato su una solida collaborazione fornitori di servizi e clienti, la via migliore per conservare il valore degli immobili, garantire un migliore uso dello spazio e migliorare l'esperienza degli utenti.

20

MANUTENZIONE, PULIZIE E SPAZI

Il Benchmarking di IFMA Italia svela le tendenze in atto nelle aziende italiane per i servizi di manutenzione, pulizia e di gestione dello spazio. Con diverse conferme e qualche sorpresa.

Il boom delle attività di IFMA Italia riguarda chiaramente anche gli eventi: sono tanti, di diversa natura, dai forum ai convegni, dai seminari alle conferenze. C'è dietro uno sforzo enorme per portare la disciplina al pubblico, per modellare una vera cultura dell'FM e per creare occasioni di incontro e di circolazione delle idee.



Gli eventi coprono quasi l'intera penisola e alla fine si concentrano a Milano, centro nevralgico dell'FM facilmente raggiungibile da ogni luogo del centro e nord Italia. Nasce così l'evento per eccellenza dedicato al Facility in Italia, l'FM Day. Solo che allora non si chiama FM Day, ma Mostra Convegno, dura due giorni e nel 2002 ha anche un'edizione romana estiva che va ad aggiungersi a quella autunnale milanese. Al di là della



denominazione e della formula, questo evento diventa, e rimane tuttora, un momento in cui per un giorno l'intero settore si ritrova per fare il punto sul suo stato attuale e per assistere a un'analisi approfondita sui temi più importanti per il presente e per il futuro del Facility.

Le prime edizioni, con numeri enormi sia per gli espositori che per i visitatori, sono lo specchio della curiosità che in quegli anni circondava il Facility Management, disciplina ancora poco conosciuta che attirava professionisti e aziende desiderose di ritagliarsi un posto in un settore che per molti aveva dei confini ancora poco chiari. Nel tempo, anche grazie al lavoro svolto da IFMA Italia, cresce la consapevolezza rispetto alla disciplina del Facility Management, così come il suo settore e mercato e l'evento si raffina e diventa più focalizzato. Al tempo stesso il suo pubblico è sempre più preparato, esigente e chiaro rispetto ai temi che vuole vengano affrontati. La Mostra Convegno perciò si evolve e cambia forma, fino a raggiungere quella attuale dell'FM Day. Nelle prime due decadi del nuovo millennio ognuna delle principali attività di IFMA Italia cresce in maniera pressoché costante: la formazione incrementa progressivamente l'offerta di corsi e il numero di partecipanti, il Centro Studi porta avanti sempre più progetti, cresce l'affluenza all'FM Day e agli altri eventi.



sforzo congiunto, non ci sarebbe mai stato un rientro in sicurezza.

IFMA Italia si ritrova, come tutti, a dover reimmaginare le proprie attività. L'FM Day per due anni di fila si trasforma in FM Week, un colossale evento online di tre giorni.

L'attività di comunicazione è già passata al digitale da qualche anno, compreso Gestire che ha abbandonato il formato fisico già da alcuni anni.

hoc per le aziende e soprattutto sull'abilità di rimanere sempre a contatto con la realtà pratica e quotidiana di chi opera nel settore.



Poi, nel 2020, il mondo si ferma.

Ed è un momento di svolta non solo per IFMA Italia, ma per l'intera disciplina dell'FM nel nostro Paese. Nel corso della pandemia il numero degli Associati ha un'impennata. Sembra paradossale, ma non lo è. Ciò che accade, infatti, è che chi opera nel Facility realizza quale enorme responsabilità sta per ricadere sulle sue spalle. Arriverà infatti il momento in cui bisognerà tornare in ufficio e tutti in azienda guarderanno al Facility Manager perché ciò avvenga in totale sicurezza.

Ecco allora che in tanti si affidano a IFMA Italia non solo per avere una guida su come agire, ma anche per trovare un luogo dove confrontarsi con altri Facility Manager e aziende di servizi, così da ideare e individuare assieme le migliori soluzioni possibili.

La fiducia nei confronti dei Facility Manager, che per anni è stata forse poco apparente, diventa di colpo estremamente concreta ed evidente, così come la sua competenza e capacità di risolvere problemi all'apparenza impossibili. E lo stesso vale per le Società di FM. Senza il loro apporto e

La formazione invece si deve reinventare e lo fa immediatamente. Il primo corso online della storia di IFMA Italia si tiene il 29 aprile 2020, ed è Primer of FM, lo stesso corso base che aveva inaugurato la formazione non finanziata dell'Associazione esattamente 20 anni prima. Il già solido successo dei corsi di IFMA cresce ulteriormente perché riesce a raggiungere chi, per diversi motivi, non è mai stato in grado di essere presente agli appuntamenti in aula. L'offerta online rimane perciò attiva anche una volta avvenuto il ritorno della classica versione in presenza.

Quella della formazione è una storia di enorme successo in IFMA Italia, fondata su una ricca offerta di corsi a catalogo, sulla capacità di progettare corsi ad

Stessa qualità che è alla base della lunga e ricca storia della Ricerca di IFMA Italia. I 30 anni dell'Associazione sono stati caratterizzati dal continuo sviluppo delle iniziative a supporto delle aziende e del settore, per dare loro analisi, tendenze e numeri estremamente accurati, frutto di una solida metodologia e adatti quindi a sostenere strategie vincenti. Una delle maggiori esigenze delle aziende



in termini di FM è, da sempre, quella di comprendere come sono posizionate rispetto ai best performer, ovvero a coloro che hanno trovato il modo più efficace per gestire un determinato servizio. Non è un caso, perciò che il più importante progetto di IFMA Italia, che copre quasi per intero i suoi 30 anni di vita, sia proprio quello di Benchmarking.

Nato nel 1998 e svolto con cadenza biennale in collaborazione con i Soci, il Benchmarking di IFMA Italia è uno strumento fondamentale non solo per confrontare la propria performance con quella migliore presente nel settore, ma anche per svolgere un'analisi interna e comprendere se si è strutturati correttamente e in quali aree siano presenti margini di miglioramento.

È interessante anche notare come siano cambiati nel tempo i report per ogni edizione del progetto. I primi erano dei veri e propri libri, che illustravano nel dettaglio anche la composizione del servizio, nell'evidente intento di creare un linguaggio comune e promuovere una corretta cultura del Facility. Obiettivo ampiamente raggiunto nel corso del tempo, tanto che i Report recenti sono in formato digitale e sono pensati per fornire un accesso veloce e agile ai dati.



Nei 30 anni di supporto al settore spicca anche un altro progetto, ovvero il contratto con il Bollino Blu, frutto di uno straordinario sforzo comune del Centro Studi e dei Soci di IFMA Italia per mettere a confronto le diverse esperienze e fissare le caratteristiche del contratto ideale di FM.

Ed è proprio questa l'essenza di ogni attività di IFMA Italia in queste sue prime 3 decadi di vita: la continua ricerca di una connessione con i player e i professionisti del settore per anticipare i bisogni del mercato e disegnarne i nuovi orizzonti, svelando cosa accade adesso nel Facility, ma anche e soprattutto cosa accadrà domani.



30 ANNI DI IFMA

In 30 anni IFMA Italia ha formato:

**6027
PERSONE**

**604
CORSI**

**1068
GIORNATE**

Il solo FM Day ha visto:

**25
EDIZIONI**

**1206
RELATORI**

**14.135
PARTECIPANTI**

Il centro studi ha effettuato:

**52
RICERCHE ISTITUZIONALI**

**13
BENCHMARKING**

**159
PROGETTI AD HOC**

Ad oggi IFMA Italia ha:

**194
SOCI**

Lo stato del Facility

Lo stato attuale e le prospettive del settore del Facility Management, tra il desiderio di una maggiore apertura verso l'esterno, l'esigenza di concentrarsi ancora di più sull'individuo ed il grande enigma portato dall'IA.

Mariantonietta Lisena

È un momento di grande evoluzione per il settore del Facility Management e per le aziende nel loro complesso. Basta guardarsi indietro solo di pochi anni per rendersi conto di quanto strategie, visioni e contesti siano profondamente mutati, al punto di farli sembrare relativi ad epoche diverse.

Dalle analisi e dalla prospettiva privilegiata del Centro Studi di IFMA Italia emerge uno scenario nel quale il Facility sta mutando volto, con aziende non più preoccupate solamente di quanto accade all'interno delle proprie mura, ma attente a considerare il suo ruolo nella comunità che le ospita e dotate di quella che potremmo definire una nuova e più ampia coscienza sociale. È in atto infatti un abbattimento dei confini dell'organizzazione, al fine di creare una continuità tra i servizi disponibili all'esterno e quelli all'interno dell'azienda, così da renderla parte integrante dell'ecosistema cittadino.

Il movimento di apertura verso l'esterno perciò non è solo metaforico, ma anche estremamente concreto. Dal punto di vista gestionale, ad esempio, non è più utile, e nemmeno saggio, considerare l'edificio come un'entità a sé stante e condurlo di conseguenza. L'immobile oggi è infatti un organismo complesso e dinamico che non solo interagisce al suo interno con un soggetto attivo, cioè l'azienda, ma che è anche parte importante di un tessuto urbano e ambientale a sua volta estremamente vitale e in continuo cambiamento. L'edificio, dalla prospettiva dell'FM, va perciò considerato come impegnato in un continuo scambio con l'esterno e questo rapporto deve essere gestito con molta attenzione, non limitando la zona di attenzione alle proverbiali quattro mura.

La stessa sfida ambientale appare

come un'impresa che nessuna organizzazione può affrontare, e men che meno vincere, in piena autonomia. Connettersi e "fare sistema" sono diventati imperativi categorici per le aziende: le organizzazioni devono unirsi in progetti ad ampio respiro e fare massa critica, così da creare una sorta di volano capace di spostare davvero la barra di navigazione del loro intero tessuto urbano e sociale verso un orizzonte ecologico.

Il primo passo lungo questo percorso è già stato preso da diverse aziende

e prevede di abbracciare un concetto di cura dell'ambiente che va ben oltre la semplice sostenibilità e che vede le organizzazioni attente a promuovere un approccio ecologico in tutto ciò che riguarda, anche indirettamente, la loro attività, dalla catena delle forniture fino allo smaltimento dei materiali usati.

Altra tematica attuale di grande importanza per il Facility è, evidentemente, quello delle modalità di impiego delle nuove tecnologie e di una in particolare: l'Intelligenza Artificiale. Il settore nel suo complesso, malgrado una sorta di timore reverenziale e di diffidenza verso una novità tanto dirompente, ha compreso perfettamente che l'IA è la grande rivoluzione di questo secolo e che resta da capire come

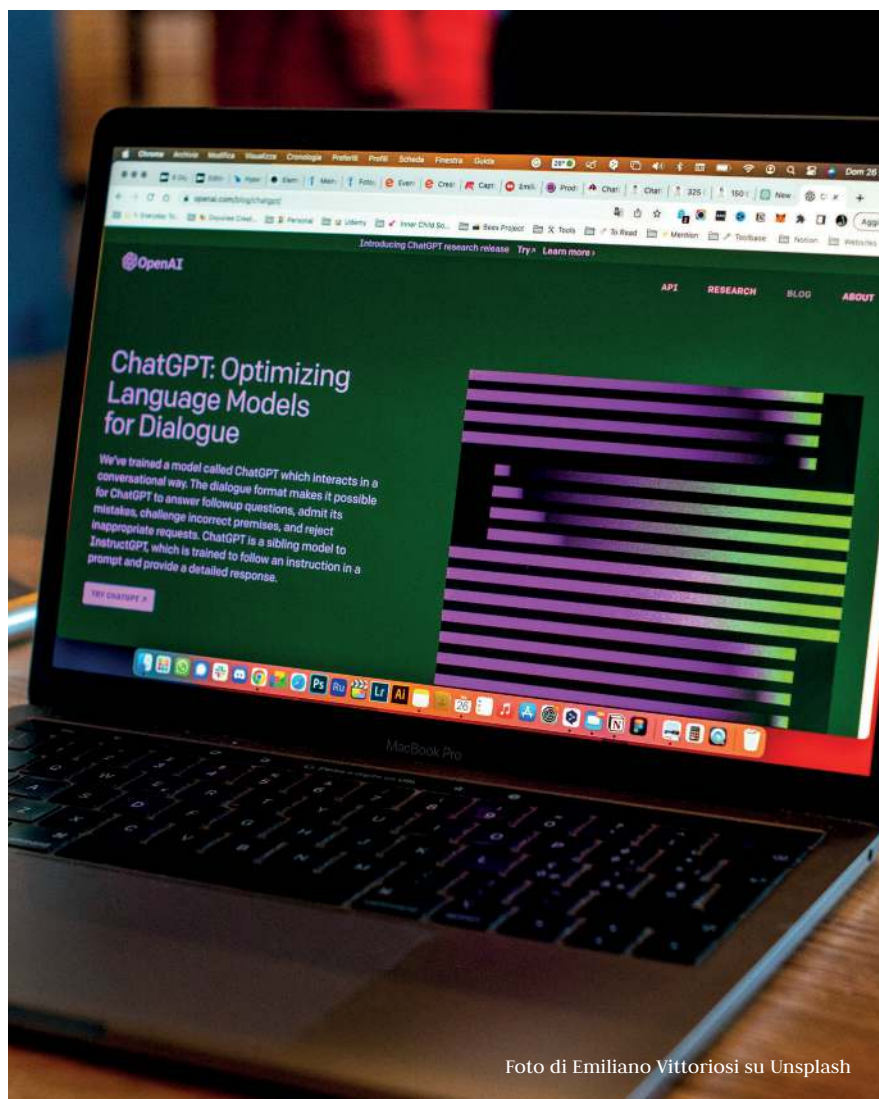


Foto di Emiliano Vittoriosi su Unsplash

abbracciarla, non certo se farlo o meno. È ormai chiaro che questa tecnologia non è un demone che è venuto per spazzarci via, né tantomeno un messia che risolverà tutti i nostri problemi. È, appunto, una tecnologia e gli effetti del suo impiego dipendono esclusivamente dall'uso che decideremo di farne. Questa consapevolezza, che sta maturando velocemente nel settore, spazzerà via ogni resistenza culturale in modo veloce e indolore. Resta aperta però la questione del come riadattare l'intero processo dell'FM, dalle strategie manageriali fino alle pratiche operative, per inglobare con successo l'IA e consentirle così di far evolvere ulteriormente l'intera disciplina.

Un elemento fondamentale su cui riflettere, all'apparenza paradossale, è che per impiegare correttamente l'Intelligenza Artificiale bisogna in primo luogo liberarsi dalla nozione che sia uno strumento obbligatorio, che va adottato in ogni campo e in ogni processo aziendale. In altre parole, bisogna evitare che l'IA diventi la moda del momento, una tecnologia che le aziende adottano come fosse un badge che testimonia la loro vocazione all'innovazione, senza chiedersi se e come possa aiutarle a raggiungere i loro obiettivi relativi ai servizi e non solo. Il terreno va quindi preparato a monte, istruendo le persone riguardo a cos'è l'IA e, ancora più importante, riguardo a cosa non è l'IA. E questo vale soprattutto per i manager.

Quando in questi anni si parla di problemi legati non solo all'IA, ma allo sviluppo tecnologico in generale, emerge sempre un facile colpevole: la preparazione inadeguata della manodopera specializzata. La questione esiste ed è innegabile. La tecnologia evolve a un ritmo vertiginoso e il grande problema è trovare operatori capaci di trattare sia con i sistemi più all'avanguardia, sia con quelli più obsoleti, sia con tutti quelli che stanno nel mezzo tra questi due estremi e definire l'impresa complicata è un enorme eufemismo. I Facility Manager però hanno un problema formativo per moti versi simile e anche più grave: si ritrovano



oggi tra le mani edifici intelligenti che comunicano informazioni con un flusso continuo, ma attraverso sistemi differenti che usano linguaggi diversi e non coordinati tra loro. Si profila perciò una doppia sfida per il settore dell'FM che coinvolge sia il lato della domanda che quello dell'offerta di servizi: formare manager in grado di padroneggiare le molte lingue parlate dall'edificio e, allo stesso tempo, lavorare per giungere a integrare tutti questi linguaggi in uno solo, più pratico da apprendere e da parlare. Vediamo perciò che tutta la tecnologia che si è sviluppata in questi anni, paradossalmente, sta mettendo sempre più enfasi sul fattore umano, che diventa ogni giorno più importante nel far sì che tutte queste soluzioni innovative vengano applicate con successo. L'attenzione all'individuo, al suo vissuto, alle sue necessità e desideri sono ora fattori che guidano in maniera molto concreta le scelte dell'azienda. E non si tratta semplicemente di una mossa per attirare i migliori talenti, come si teorizza spesso, ma proprio di una forte determinazione a fare del fattore umano l'elemento che orienta le scelte più importanti dell'organizzazione. Un'attenzione alla persona su cui è fondata la disciplina stessa del Facility Management, che quindi rappresenta il supporto ideale per l'azienda in questo frangente.

L'immobile oggi è infatti un organismo complesso e dinamico che non solo interagisce al suo interno con un soggetto attivo, cioè l'azienda, ma che è anche parte importante di un tessuto urbano e ambientale a sua volta estremamente vitale e in continuo cambiamento.



Siamo il *global service partner*
a supporto del *tuo progetto*



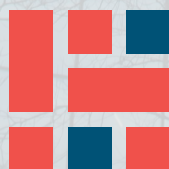
I nostri *servizi*:



Technology



*Facility
Management*



Logistics



Renewables



Engineering



Building



SIRUS:
NO PROBLEM

Scopri come
possiamo *affiancarti*
nella *gestione*
della tua azienda
su ***sirussrl.it***

Il valore in Borsa

Silvia Leprai

Palazzo Mezzanotte è il simbolo stesso del mercato azionario italiano. Un edificio storico, con quasi 100 anni di storia, che sorge nel pieno centro di Milano. Il Palazzo sta per essere sottoposto a un generale ammodernamento, una sfida estremamente delicata, che richiede di portare l'immobile nel futuro senza intaccarne la natura.

A guidare quest'opera sarà Alessandro De Leonardis, Facilities Manager Italy di Euronext, il gruppo che gestisce alcune tra le maggiori borse valori europee inclusa, dal 2021, anche Borsa Italiana. L'attività principale di Euronext è la fornitura di piattaforme di scambio titoli, a cui sta affiancando anche la fornitura di una lunga e importante serie di servizi di supporto alla negoziazione.

Com'è strutturato il vostro Facility Department e qual è la sua sfera di responsabilità?

L'entrata in Euronext, avvenuta quattro anni fa, ha significato un forte processo di crescita per Borsa Italiana, con i dipendenti che da 600 sono aumentati a 800, distribuiti su tre sedi. Quella di Roma in particolare ha assunto una grande importanza dato che è stata scelta per ospitare alcune funzioni globali di Euronext. Abbiamo poi la sede storica di Palazzo Mezzanotte a Milano e infine una terza, a Isernia, specializzata nella creazione di piattaforme software.

Il Facility Department mantiene comunque una struttura molto snella: cinque persone in totale per la sede di Milano, una persona per Roma e una per Isernia. Quindi abbiamo un presidio per ogni sede, più alcune funzioni trasversali, localizzate a Milano, come la gestione dei contratti, la negoziazione coi fornitori, la reportistica e la salute e sicurezza.

Il budget annuo stanziato per il Facility Management è di circa 12 milioni di euro, con il 70-80% destinato ai costi immobiliari e il resto ai servizi.

Qual è la parola che meglio definisce il vostro approccio al

Intervista a Alessandro De Leonardis, Facilities Manager Italy di Euronext, che ci parla del progetto di ammodernamento di Palazzo Mezzanotte e della sua visione rispetto alla gestione dei servizi.

Facility Management?

Innovazione. Gran parte dei nostri dipendenti lavorano sotto la pressione di produrre in tempi brevissimi software sempre più efficaci, efficienti e, appunto, innovativi ed è naturale che chiedano di avere servizi con le stesse caratteristiche.

Ciò si traduce, ad esempio, in una forte spinta alla digitalizzazione. Ed è un lavoro continuo, dato che la nostra utenza interna è molto esigente da quel punto di vista, giustamente. La piattaforma di prenotazione delle postazioni per esempio è stata sviluppata internamente tre anni fa ed è già considerata quasi obsoleta.

Allo stesso tempo dobbiamo anche tenere conto delle diverse generazioni presenti in ufficio e accontentare anche quelle, per così dire, meno digitalizzate e che hanno bisogno della fisicità del luogo di lavoro.

Anche se, in realtà, le generazioni più "anziane" possono apprendere senza alcun problema ad usare le soluzioni frutto delle tecnologie di ultima generazione e una volta che l'hanno fatto difficilmente resta in loro il desiderio di tornare indietro.

Fate ricorso allo smart working?

Sì, è uno strumento che avevamo già iniziato a impiegare ben prima della pandemia e che ora rappresenta una parte molto importante della nostra strategia di gestione degli spazi. Puntare molto sul lavoro in remoto, ad esempio, ci è servito per realizzare una strategia di consolidamento delle sedi, che ci ha permesso di scendere alle tre attuali. Ci consentirà inoltre, assieme ad altre soluzioni come le postazioni condivise, di non incrementare ulteriormente i nostri spazi anche se il nostro processo di espansione dovesse proseguire. Allo stesso tempo siamo comunque determinati a valorizzare sempre e comunque anche il lavoro in sede,



Alessandro De Leonardis

Dopo la laurea in Ingegneria Civile, comincia la sua attività lavorativa in ambito Salute e Sicurezza, per poi spostarsi verso le tematiche di Real Estate e Facility Management in ambito farmaceutico, chimico, e quindi nel mondo dei servizi finanziari. Ha avuto l'opportunità di vedere il mondo del facility management sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta dei servizi, cogliendo quindi da diverse angolature l'impatto che questo ambito professionale può avere sulle persone, sulle città e sull'ambiente costruito, a maggior ragione dopo l'esperienza del COVID.



dato che permette un livello di collaborazione e una circolazione di idee che non può essere replicato nel lavoro in remoto, se non per i team più affiatati. Nella stessa ottica si colloca la nostra decisione di reinvestire gran parte dei risparmi ottenuti grazie al consolidamento degli spazi e impiegarli per incrementare al massimo il livello di benessere che il personale può sperimentare nelle nostre sedi.

Avete attualmente in cantiere un grande progetto di ammodernamento della sede di Milano. Cosa vi ha portato alla decisione di ripensare un edificio storico, con tutte le evidenti difficoltà che ciò comporta, piuttosto che scegliere una nuova collocazione?

Volevamo preservare il legame con ciò che Palazzo Mezzanotte rappresenta e ha rappresentato, simbolicamente, per l'intero sistema finanziario italiano. Ma allo stesso tempo siamo determinati ad accogliere la più importante sfida dei nostri tempi, quella della sostenibilità e di farlo grazie a spazi il più possibile all'avanguardia da quel punto di vista. In accordo con la proprietà dell'immobile realizzeremo perciò un profondo rinnovamento impiantistico, quindi di tipo tecnico, elettrico, meccanico e idraulico in generale, per portare Palazzo Mezzanotte a raggiungere i più alti standard d'eccellenza in tema di rispetto per l'ambiente.

La grande sfida è proprio quella di reinterpretare in chiave moderna un edificio che ha una forte identità storica senza mai snaturarlo, ma allo stesso tempo facendo convivere al suo interno nuovi modi di lavorare,

di vivere e nuove tecnologie. Credo che da questo punto di vista gran parte della partita si giocherà nell'implementazione di un perfetto Building Management System, nell'automazione e nella digitalizzazione.

Vogliamo anche promuovere un nuovo stile di lavoro tra il nostro personale e lo faremo con un'organizzazione degli spazi che incoraggerà la collaborazione e lo scambio di idee, abbattendo il più possibile le barriere gerarchiche. Le persone sono già pronte, è un'esigenza che giunge proprio da loro, ora sta a noi offrire un ambiente ufficio che renda concreta questa spinta al cambiamento.

Che tempi stimate per il progetto?

Stiamo per partire con le attività di ingegneria e pianifichiamo entro 12 mesi al massimo di iniziare i lavori veri e propri di ristrutturazione. La sede rimarrà sempre aperta e operativa, faremo in modo di mantenere il livello di benessere di questi spazi costantemente al massimo livello, ma per attutire l'impatto inevitabile dei lavori punteremo comunque molto anche sullo smart working. Per l'esecuzione dei lavori stimiamo circa 24-30 mesi. La gara per il general contractor avverrà presumibilmente tra la fine di quest'anno e l'inizio del prossimo.

Prima ha citato la presenza di diverse generazioni in azienda, con diverse abitudini e stili di lavoro. Pensa che Incontrerete delle resistenze al cambiamento da parte di quelle con maggiore esperienza e abituate a uno space planning più tradizionale?

Mostrare loro i vantaggi di queste nuove soluzioni è un compito che ci spetta come Facility Department. E spesso è tutto ciò che serve. A Roma abbiamo già realizzato un piano della sede con questa nuova impostazione ed è quello dove ora tutti vogliono lavorare. È comprensibile che tanti anni passati a muoversi in un certo tipo di spazio portino con sé una sorta di bias cognitivo per cui il vecchio è sempre meglio del nuovo. Ma tutto ciò sparisce abbastanza in fretta quando mostri concretamente e fai toccare con mano i vantaggi di un'impostazione differente. Anche perché le persone sono molto più aperte e adatte al cambiamento di quanto loro stesse a volte credano. Aiuta comunque anche lasciare qualche elemento di tipo più tradizionale, come dei phone booth ad esempio, per rendere il passaggio meno netto e dare degli elementi familiari anche alle generazioni più esperte.

Cosa cercate in un fornitore?

Userei la parola partnership, se l'abuso che è stato fatto di questo termine non l'avesse ormai quasi svuotato del suo significato.

Negli ultimi 4 anni la nostra strategia di ricorso al mercato è cambiata e, come per gli spazi, ha puntato al consolidamento, accorpando i servizi e riducendo il numero di fornitori. A questi chiediamo di essere attivi, di conoscere i nostri processi, le nostre necessità e di dialogare con noi per produrre soluzioni nuove e cucite su misura sulle nostre caratteristiche. Questo richiede anche un grande lavoro di apertura e condivisione da parte nostra, ma crediamo sia la via migliore per soddisfare quella

costante spinta all'innovazione che, come visto prima, ci giunge anche dal cliente interno.

L'altra cosa fondamentale che chiediamo è di fornire qualità al giusto prezzo. E sottolineo "giusto". In sede di gara ci è capitato anche di invitare il fornitore a rivedere la sua offerta economica perché ci appariva troppo bassa e secondo noi rendeva irrealizzabile il livello di qualità del servizio che chiedevamo. Siamo felici anche noi di ottenere un risparmio, ma quello che arriva alle spese della qualità alla fine non porta alcun beneficio all'azienda.

Abbiamo parlato di tecnologie, e questo ci porta inevitabilmente al tema dell'Intelligenza Artificiale. Come vede il suo impiego nel settore del Facility?

Sarà un elemento cardine. Non lo è ancora anche perché dal punto di vista della digitalizzazione siamo ancora un po' indietro in Italia. Ma l'IA sta per cambiare il volto del Facility.

svolge la nostra professione, perché ci consentirà di concentrarsi quasi esclusivamente sugli aspetti strategici del nostro lavoro.

Tutto ciò a patto che si sia condotto in precedenza un grande lavoro di digitalizzazione, altrimenti non si avranno abbastanza dati con cui "nutrire" l'IA per farla operare al meglio. E purtroppo in Italia ci sono molte aziende in questa situazione.

Reputa che il settore in generale sia pronto ad accogliere questa ed altre sfide future?

Ho avuto la fortuna di operare sia dal lato dell'offerta che della domanda e quindi di assumere entrambe le prospettive. Credo che sulle spalle del Facility Manager gravi un peso enorme di responsabilità, soprattutto per le richieste di diminuzione dei costi che gli vengono continuamente fatte. Questo genera un circolo vizioso: i Facility Manager sono portati a chiedere prima di tutto prezzi convenienti e i fornitori sono quindi



Pensiamo solo al fatto che le verranno affidate tutte le attività di routine, liberando il Facility Department da praticamente tutte le mansioni a basso valore aggiunto. Tra queste c'è anche una lunga serie di attività di contatto con il cliente interno, come la gestione dei ticket ad esempio. Con l'IA a svolgere anche questa parte, il tempo da dedicare al dialogo con le persone potrà essere impiegato per una comunicazione molto più ricca e di valore, che renderà molto più efficaci e mirate le strategie del Facility Manager per i servizi alla persona.

Credo, in generale, che l'IA sarà proprio il catalizzatore capace di esaltare al massimo il ruolo manageriale di chi

spinti a offrire soluzioni a basso costo. Questo meccanismo soffoca ogni velleità di ricerca di innovazione da entrambe le parti. Credo dovremmo collaborare tutti per spezzare questo ciclo e molti lo stanno già facendo. C'è una domanda che è disposta a pagare il giusto prezzo per i servizi e a lasciare quindi ai fornitori lo spazio per innovare, e c'è un'offerta che si è sempre impegnata a crescere, a investire sulle competenze, ad andare oltre a ciò che veniva chiesto dalla maggior parte del mercato. Queste spinte vanno incoraggiate se vogliamo un salto di qualità non solo per il settore, ma per le aziende italiane in generale.

Credo, in generale, che l'IA sarà proprio il catalizzatore capace di esaltare al massimo il ruolo manageriale di chi svolge la nostra professione, perché ci consentirà di concentrarsi quasi esclusivamente sugli aspetti strategici del nostro lavoro.

Eccellenza certificata

Silvia Leprai

Da quest'anno l'Italia può vantare un nuovo Certified Facility Manager®, prestigiosissima certificazione professionale concessa da IFMA che attesta l'assoluta eccellenza raggiunta nel campo dell'FM da un Facility Manager. Si tratta di Piermario Vigino, Socio di IFMA Italia e Facilities Operations Manager per UL Solution Italia, azienda che effettua test di omologazione di prodotti secondo la normativa vigenti. Lo abbiamo intervistato per saperne di più del percorso che conduce ad ottenere una certificazione tanto importante e vedere come questo traguardo abbia avuto impatto sulla sua professione.

Qual è il suo ruolo in azienda e come è strutturato il Facility Department?
Ricopro il ruolo di "Facilities Operations Manager" per i tre siti UL Solution in Italia, riporto alla figura europea di EMEA Facilities LEAD; parallelamente sono in contatto operativo con i tre Site Leader delle rispettive sedi italiane, tutte

Un Italiano è entrato a far parte del prestigioso e ristretto club dei CFM. È Piermario Vigino di UL Solution, che ci racconta la sua esperienza e il significato di questo importante traguardo.

dislocate in Lombardia, per tutte le problematiche di Facility che hanno un impatto sulla vita dell'azienda. Nel mio Team ci sono due Facility Technician, un Administrative Assistant e infine la reception. Quindi un team snello, di 4 risorse. Le superfici gestite comprendono i 6500 metri quadri delle sedi di Cabiante, i circa 400 di quella di Gavirate e i 9000 del campus di Carugate, che include 6 edifici nel polo industriale della città, strettamente interconnessi.

Cosa l'ha spinto a intraprendere il percorso di ottenimento del CFM?
Il Certified Facility Manager® di IFMA è una credenziale riconosciuta a livello globale, progettata per mettere alla prova la tua esperienza come facility manager. Ottenerlo è un ottimo modo per dimostrare la tua esperienza nell'intero corpo di

conoscenze dell'FM.

Ritengo che la certificazione CFM sia un risultato importante non solo per il singolo ma anche per la sua azienda, che a può così vantare al suo interno un Manager certificato.

Il percorso che porta al CFM dà visibilità ufficiale e conferma le competenze acquisite nel tempo da un Facility manager, inoltre durante le fasi di studio delle differenti materie, si ha modo di prendere maggiore consapevolezza di come il facility management inteso da IFMA possa contribuire nella vita di un'azienda strutturata.

Come si è svolto il processo di conseguimento della certificazione?

Per iscriversi all'esame bisogna soddisfare alcuni criteri di idoneità: almeno 3 anni di esperienza nel Facility Management, nel caso si abbia già una laurea o un master diretto nel campo del Facility, oppure 5 anni di esperienza come facility manager, nel qual caso non è richiesta una laurea specifica. Una volta che si ritiene di essere pronti per sostenere l'esame, che nel mio caso è avvenuto dopo un paio di mesi di studio, è possibile presentare una domanda per partecipare al test e da quel momento si hanno 90 giorni per sostenere l'esame presso un centro di test Prometric approvato oppure in modalità "remota", anche se in questo caso, chiaramente, la postazione deve soddisfare alcuni stringenti requisiti di data integrity.

L'esito della prova viene comunicato nel giro di poche ore via email.

Tra le aree in cui il formulario divide la sfera di competenza del Facility Manager, quali percepisce come maggiormente attinenti alla sua attività quotidiana?

Tutti gli 11 argomenti sono essenziali nella corretta gestione di un dipartimento di Facility, ma 4 in particolare sono molto attinenti alla



quotidianità della mia professione. Il primo è sicuramente Finance & Business, perché gli aspetti finanziari sono ormai la base di tutto ciò che riguarda i contratti e rapporti tra fornitori interni ed esterni. Poi Operations & maintenance, parte essenziale della vita di un immobile. Ma non meno importante è Occupancy & Human Factors, perché sempre più, soprattutto dal periodo post Covid, il modo in cui le persone usano e vivono lo spazio è uno dei maggiori cardini su cui si muove tutta l'attività di Facility Management degli spazi. E infine il quarto aspetto, evidentemente, è quello dell'Information Management and Technology, elementi da cui non può prescindere nessuno che operi nell'FM.

In generale come crede possa essere percepita questa certificazione in Italia?

I gruppi multinazionali operanti in Italia conoscono la certificazione CFM e in molti casi la richiedono ai membri del dipartimento Facility. A parte queste realtà però, la mia sensazione è che in Italia, a differenza di altri Paesi europei e degli USA, questa certificazione sia poco conosciuta.

Si aspetta che cambi qualcosa nella sua professione ora che è certificato?

Sicuramente svolgerò il mio attuale ruolo con maggiore consapevolezza e sicurezza. Inoltre il processo stesso di ottenimento del CFM mi ha aiutato ad acquisire una visione del Facility



Piermario Vigino

Classe 1984, laureato al Politecnico di Torino nel 2010, sin da subito opera nel mondo dei servizi tecnici in ambito industriale e farmaceutico. Dal 2019 ricopre ufficialmente il ruolo di Facility Manager in realtà multinazionali dove i servizi di facility aziendali sono supporto interno del core business.

The CFM exam comprehensively covers all **core competencies** of facility management.



All'opposto, c'è una delle 11 aree che trova poco attinente rispetto al modo in cui svolge la sua professione?

No, credo anzi che in una realtà multinazionale strutturata, come è la nostra, il CFM sia calzante al 100% con i temi quotidiani con cui un Facility Manager ha modo di confrontarsi

Cosa ha significato, a livello personale, il percorso che l'ha portata a divenire CFM?

Una conferma ufficiale che il modo in cui interpreto quotidianamente la professione è corretto. Ottenere questo riconoscimento, non a caso, è stato un processo molto naturale, che ha richiesto un periodo relativamente breve di preparazione teorica.

Anche all'interno dell'azienda la reazione è stata molto positiva e la lettura identica, ovvero come un'ulteriore conferma di avere al proprio interno personale competente e formato in modo adeguato.

come parte di un sistema multidisciplinare complesso e strettamente connesso con le esigenze aziendali. Questo ha grande influenza sul mio modo di interpretare la professione.

Ha altre certificazioni o pianifica di prenderne ulteriori?

Nel 2023 ho partecipato all'edizione del corso erogato dal Politecnico di Milano "Progettare, governare e contrattualizzare i servizi di Facility" sotto il dipartimento REC - Real Estate Center. Sicuramente mi avvarrò della possibilità di fruire dell'offerta formativa di IFMA Italia in quanto la reputo completa e realmente formativa in ambito Facility management. Va anche notato che il CFM non è una certificazione una tantum, ma un processo che richiede verifiche ogni 3 anni. Incoraggia perciò, giustamente, una formazione continua sulle aree di attività fondamentali per la professione, che credo debba essere elemento imprescindibile per ogni Facility Manager.

Il percorso che porta al CFM dà visibilità ufficiale e conferma le competenze acquisite nel tempo da un Facility manager, inoltre durante le fasi di studio delle differenti materie, si ha modo di prendere maggiore consapevolezza di come il facility management inteso da IFMA possa contribuire nella vita di un'azienda strutturata.

Il tuo partner per la **gestione sostenibile** **degli ambienti di lavoro**



Servizi di
manutenzione



Servizi di
logistica



Servizi di
gestione e
riqualificazione
energetica



Servizi di
pulizia e igiene
ambientale

La giusta misura dello smart working

Lo smart working piace ai dipendenti e le aziende lo stanno impiegando in maniera adeguata. Ma rende davvero più produttivi? I risultati di una ricerca di IFMA Italia.

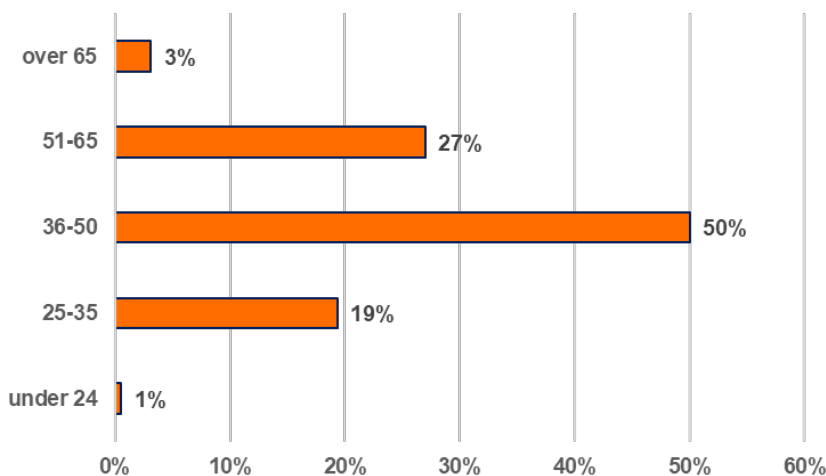
sufficiente il numero di giorni di lavoro da remoto fissato dalle proprie aziende, che evidentemente stanno per lo più impiegando lo strumento del lo smart working in modo adeguato. Ancora

Andrea Boido

Sono passati ormai più di 5 anni da quando la maggior parte delle aziende italiane sono state spinte dagli eventi ad accelerare, o a instaurare da zero, la rivoluzione dello smart working. È il momento di fare un bilancio, cercando finalmente una risposta definitiva ad alcune domande fondamentali: lo smart working funziona? Le aziende lo stanno adottando nel modo giusto? Quali sono le differenze tra i vari settori? E cosa pensano realmente i dipendenti di come viene adottato questo strumento? È proprio dalla prospettiva del personale che IFMA Italia ha voluto indagare lo stato dello smart working in Italia, con una ricerca che ha coinvolto 196 persone impiegate in aziende che operano in Italia, sia nazionali che multinazionali e per la maggior parte di grandi dimensioni, ovvero con più di 1000 dipendenti. L'età degli intervistati è compresa tra i 36 e i 50 anni.

I risultati hanno riservato alcune sorprese, ma anche diversi dati estremamente chiari e perentori. A

La distribuzione dell'età del campione

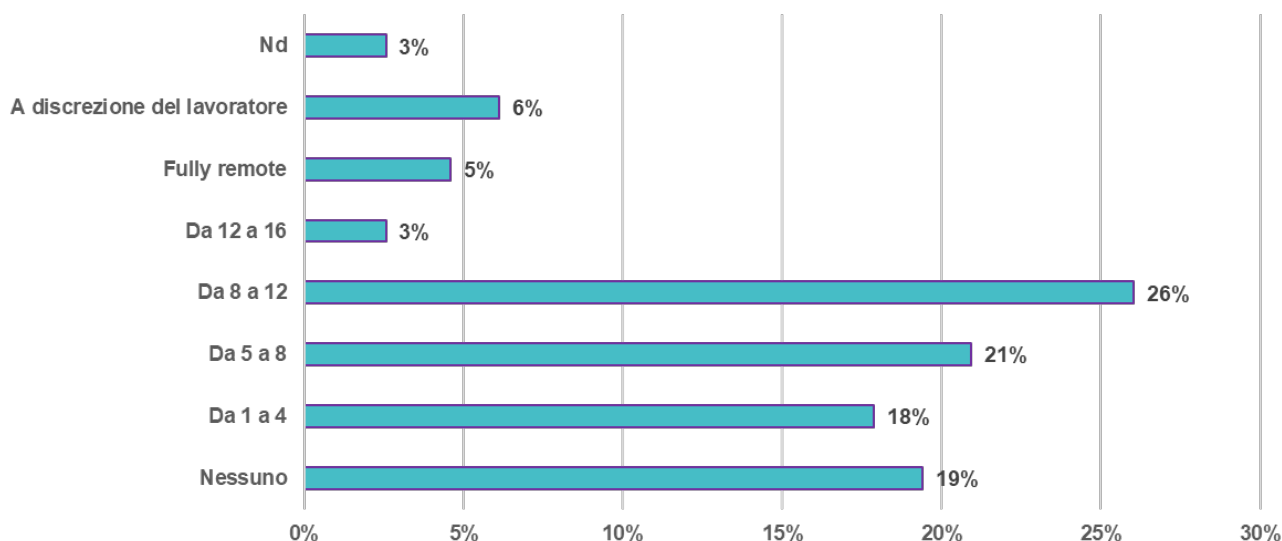


cominciare da quella che è forse la domanda fondamentale: lo smart working favorisce il giusto equilibrio tra vita privata e vita lavorativa? La risposta è affermativa per il 94% degli intervistati e non lascia quindi spazio a discussioni. Se questo dato poteva essere atteso, forse lo è meno che ben il 63% degli intervistati giudichi

più interessante è il fatto che a definire adeguato il numero di giorni di lavoro in remoto siano coloro che ne hanno di più a disposizione o hanno addirittura la piena discrezionalità rispetto a come e quando usufruirne.

Lo strumento del lavoro in remoto perciò funziona ed è apprezzato soprattutto da chi lo usa di più.

Numero medio di giorni di lavoro da remoto in un mese



Lo si vede bene anche salendo i gradini della scala gerarchica. Sintetizzando, infatti, gli impiegati hanno a disposizione da un minimo di 0 a un massimo di 12 giornate al mese in remoto e quasi la metà di loro le ritiene non sufficienti. I quadri sono concentrati nella fascia 5-12 giorni al mese e già vediamo un incremento della

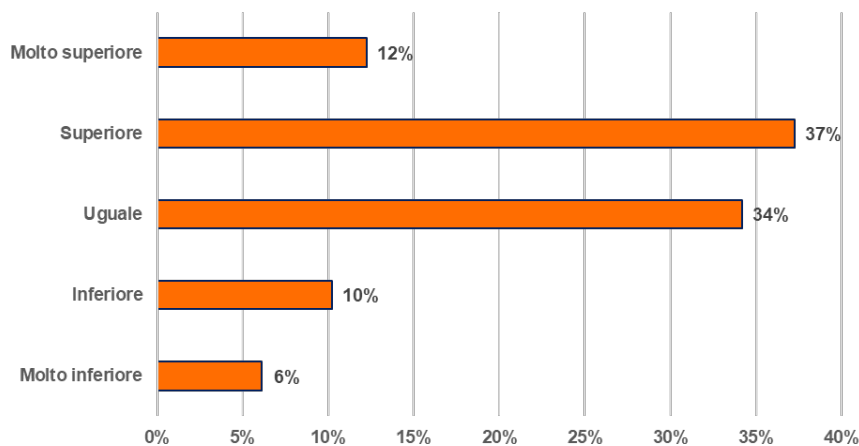
considerando quell'ingente gruppo di persone che non ha a disposizione alcuna giornata di lavoro remoto. Rappresentano ben un quarto del campione e il 69% di loro vorrebbe avere la possibilità di lavorare da casa. Chi questa possibilità ce l'ha, è bene sottolinearlo, per lo più non pensa che la possibilità di operare in remoto abbia

L'analisi dei singoli settori porta alcuni risultati sorprendenti o comunque in controtendenza. Chi opera nel campo dei servizi professionali tecnici e scientifici, ad esempio, non avverte alcuna necessità di un forte ricorso al lavoro in remoto: nel 58% dei casi ha solo 1 giorno a disposizione eppure mostra il grado di soddisfazione più alto registrato nel corso dell'indagine, il 78%. Fanno da perfetto contraltare coloro che operano nei servizi finanziari e assicurativi, solo il 58% dei quali si mostra soddisfatto malgrado possano contare in larghissima parte su ben 2 o 3 giorni di lavoro in remoto alla settimana.

Se andiamo a vedere le differenze legate al tipo di azienda e alle sue dimensioni troviamo risultati meno sorprendenti: le giornate di lavoro da remoto sono mediamente superiori nei contesti multinazionali e aumentano, anche se non in modo uniforme, al crescere delle dimensioni aziendali.

Assumendo infine la prospettiva dell'azienda vediamo che le maggiori esigenze che questa mira a soddisfare con lo smart working sono quelle di raggiungere gli obiettivi di produttività e di valorizzare l'esperienza lavorativa. Dall'analisi delle domande aperte presenti nel questionario si avverte però la presenza, ancora ingombrante, di una cultura aziendale dei vertici che non crede nello smart working e lo adotta solo per rispettare norme e contratti. E questo è senz'altro un problema che andrà affrontato e risolto quanto prima o rischiano di crearsi degli attriti con una forza lavoro che, come visto, crede molto nei benefici portati dallo smart working e ne vorrebbe in molti casi ancora di più.

Livello di produttività percepita da chi ritiene di avere sufficienti giorni di lavoro in remoto



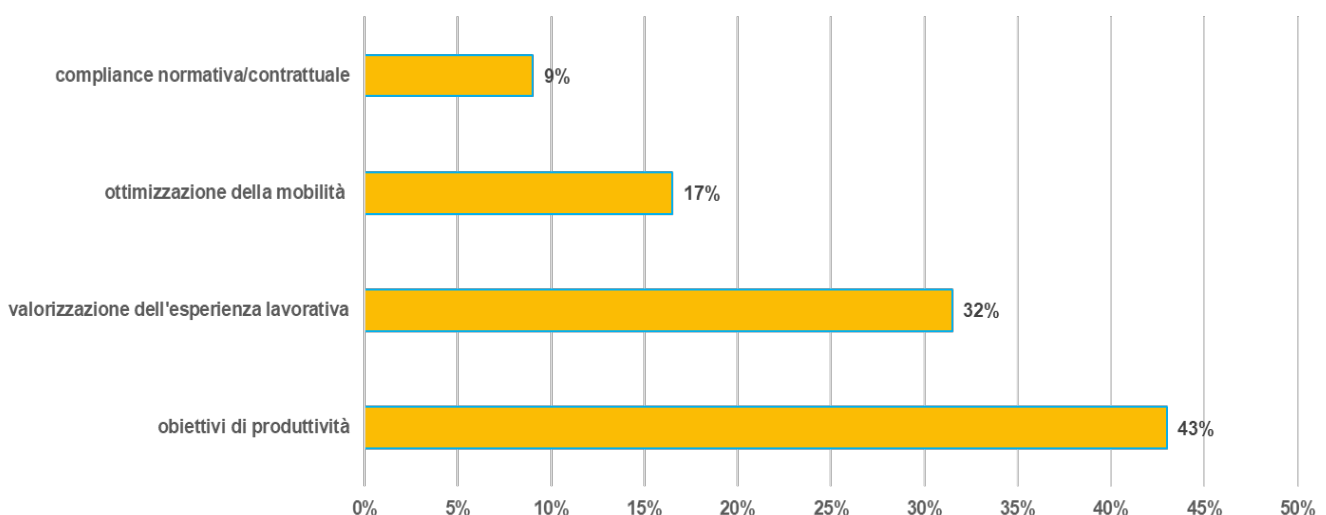
percentuale di soddisfatti che arriva al 60%. I dirigenti hanno mediamente ancora più giorni a disposizione, un quinto di loro è addirittura libero di scegliere quando lavorare da casa, e l'85% di questo gruppo afferma di essere soddisfatto.

Per cui, in generale, maggiore è il numero di giornate di lavoro da remoto a disposizione o il grado di discrezionalità riservato al lavoratore, migliore è la percezione del bilanciamento tra attività lavorativa e vita privata. Lo vediamo anche

avuto una forte influenza, positiva o negativa, sulla propria produttività, soprattutto se si considera quel 63% che si dichiara soddisfatto delle giornate di lavoro a sua disposizione.

Il discorso però cambia in modo radicale andando invece a considerare l'opinione di chi giudica poche le giornate in remoto concesse dall'azienda: l'80% di loro è convinta che avrebbe una produttività più alta, o nel peggiore dei casi uguale, se l'azienda aumentasse il ricorso allo smart working.

Le esigenze che guidano l'approccio delle aziende allo smart working



Il Facility secondo Apleona

Il futuro dell'FM verrà edificato su una solida collaborazione fornitori di servizi e clienti, la via migliore per conservare il valore degli immobili, garantire un migliore uso dello spazio e migliorare l'esperienza degli utenti.

A cura di Apleona Italy

Apleona Italy si propone nel mercato del Facility Management Integrato e dell'Energy Management con un approccio flessibile alla gestione integrata delle strutture, che tenga costantemente conto della strategia del cliente e si adatti al suo modello di business, mantenendo il focus sulla qualità e l'affidabilità dei servizi erogati.

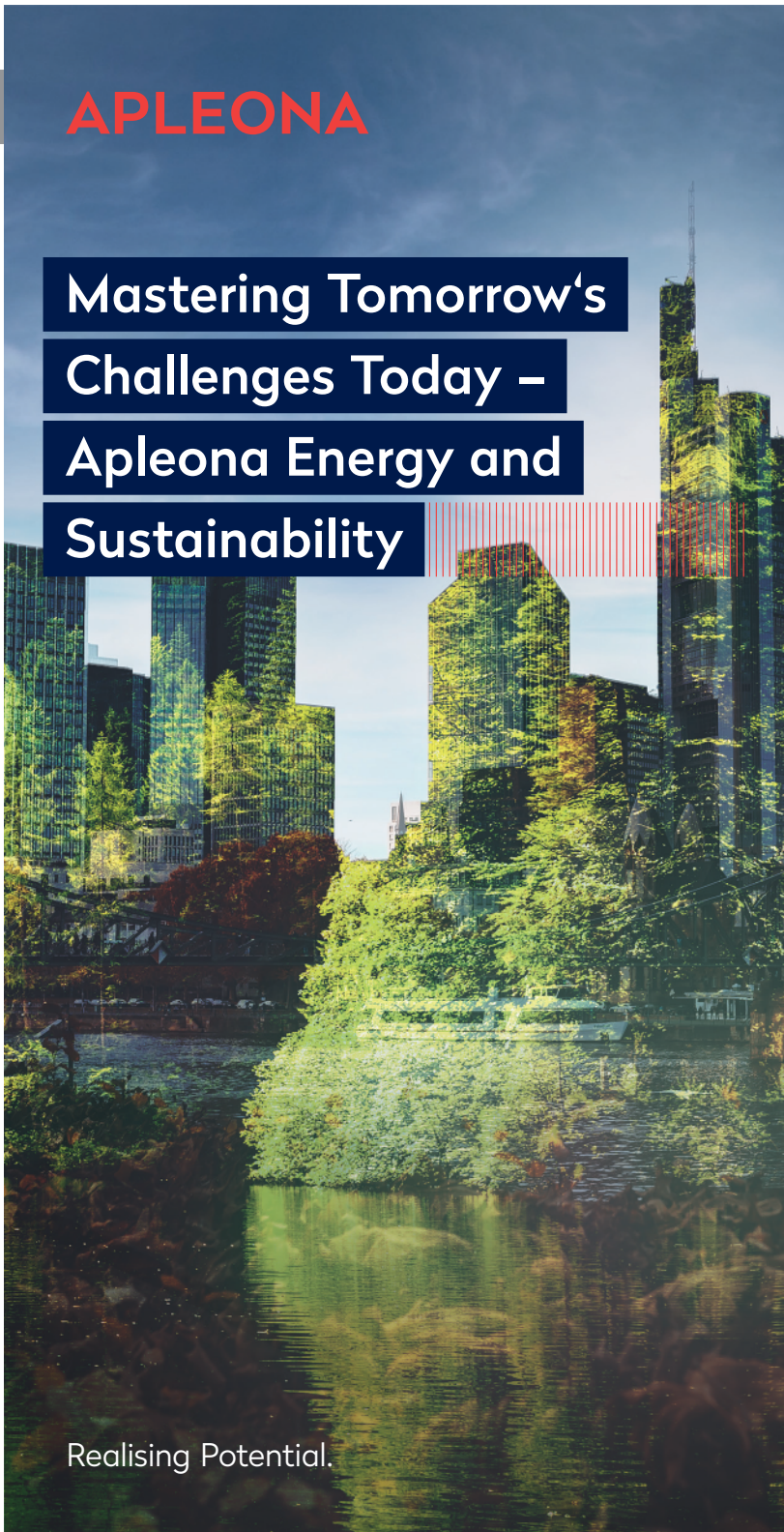
Il facility management in Italia non ha ancora raggiunto i livelli di maturità di altri paesi europei. Il mercato italiano del FM è ancora piuttosto eterogeneo in termini di dimensioni dei players, con la presenza di un elevato numero di aziende medio-piccole e mono servizio. Di conseguenza, il livello di outsourcing dei servizi di facility è molto più basso rispetto ad altri paesi con un prodotto interno lordo (PIL) e una popolazione comparabili. I settori finanziario e industriale sono tra i più avanzati da questo punto di vista e le tendenze prevedono, per il futuro, ulteriori sviluppi. Opportunità per grandi fornitori di servizi internazionali e integrati come Apleona arriveranno, in più rapida crescita, da settori come i trasporti e la logistica, dalla sanità, dal settore pubblico in generale e dall'istruzione in particolare, nonché dalle telecomunicazioni e dall'industria high-tech.

Il mercato del Facility Management continuerà a puntare sull'integrazione dei servizi e sui servizi di consulenza di alta qualità, con una forte attenzione alla produttività, all'efficienza e alla sostenibilità aziendale. L'attività di M&A è più focalizzata rispetto al passato, poiché deve tenere conto delle più elevate competenze del settore, delle nuove tecnologie e di un approccio sempre più digitalizzato alla gestione dei servizi.

L'innovazione e le nuove tecnologie, compresa l'intelligenza artificiale, porteranno a nuovi modelli di business tra fornitori di servizi e clienti, basati su una collaborazione sempre più forte e strategica.

Apleona è orientata da tempo verso il modello sopra descritto, convinta che una partnership a lungo termine con i propri clienti, tuteli il valore degli immobili, migliori l'esperienza degli utenti e garantisca un utilizzo ottimale e sostenibile degli spazi.

Il modello di Apleona si realizza grazie al contributo dei nostri esperti, che vantano anni di esperienza nel settore, alte competenze tecniche, commerciali e digitali. Grazie ad un portafoglio di servizi "allargato" che include anche la consulenza e la gestione energetica e la consulenza e progettazione di spazi, siamo in grado di supportare le aziende, nel raggiungimento dei loro obiettivi di decarbonizzazione, attraverso audit energetici e avanzate soluzioni di efficientamento e controllo continuo dei consumi. Gli strumenti di manutenzione predittiva utilizzati dai nostri tecnici, l'uso della robotica e dell'IoT applicati ai servizi di cleaning e di sicurezza, sono frutto di un impegno costante dell'azienda, sia a livello locale che a livello internazionale, nel ricercare le migliori soluzioni per i nostri clienti.

**APLEONA**

**Mastering Tomorrow's
Challenges Today –
Apleona Energy and
Sustainability**

Realising Potential.

Manutenzioni, pulizie e spazi: le nuove strategie delle aziende

Roberto Perotta

È stato da poco pubblicato il Report dell'ultimo progetto di Benchmarking di IFMA Italia dedicato agli spazi di lavoro, che va ad affiancarsi a quello già disponibile e relativo a due servizi di fondamentale importanza per ogni azienda: manutenzioni e pulizie. Lo studio è stato realizzato su 148 questionari relativi esclusivamente ad aziende che acquistano e gestiscono servizi, in gran parte appartenenti al manifatturiero, settore in forte sviluppo per quello che riguarda il mercato italiano del Facility Management. I valori ottenuti sono stati differenziati in sottocampioni in base alla dimensione dei siti analizzati ed espressi, per ogni servizio, in euro al metro quadro di GIA e per postazione di lavoro. La GIA (Gross Internal Area) di un edificio è l'area di ciascun piano misurata lungo il perimetro interno dei muri perimetrali.

Quasi due terzi degli immobili considerati sono collocati nelle regioni settentrionali. Considerando però la GIA complessiva, la superficie analizzata è equamente divisa tra nord e centro Italia, con una piccola percentuale relativa al meridione. Gli edifici del campione sono uno specchio fedele della realtà immobiliare italiana: la maggior parte ha più di vent'anni e solo il 12% ha un'età inferiore ai 10 anni. Il livello di manutenzione è comunque elevato e anche gli immobili più vecchi sono ben conservati.

Un primo dato importante rilevato è la crescita del rapporto tra GIA e postazioni di lavoro e di quello tra GIA e cliente interno. Rispetto ai dati raccolti nel 2015, e quindi nell'epoca pre-Covid, gli uffici

Il Benchmarking di IFMA Italia svela le tendenze in atto nelle aziende italiane per i servizi di manutenzione, pulizia e di gestione dello spazio. Con diverse conferme e qualche sorpresa.

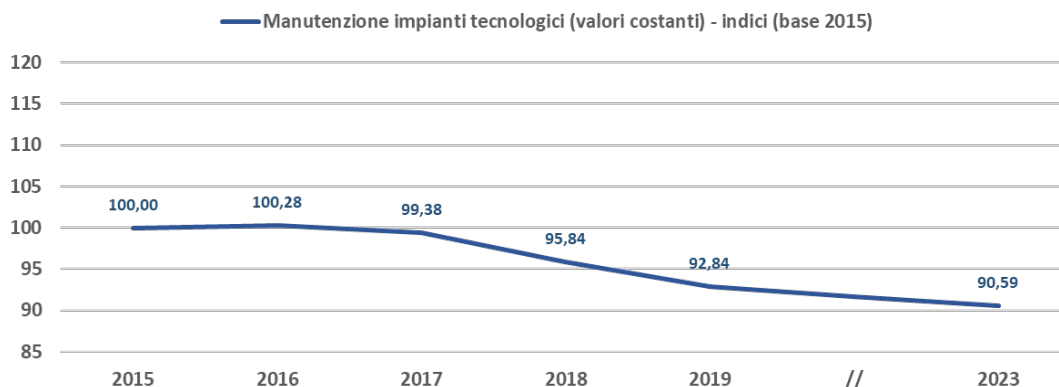
sono oggettivamente più vuoti. Una tendenza che però era già in atto da prima della pandemia, anche se l'accelerazione degli ultimi anni è evidente. Le aziende stanno ripensando le loro strategie legate allo spazio, con soluzioni ibride tra lavoro in sede e in remoto e un generale ripensamento del ruolo dell'ufficio. Si nota, ad esempio, un calo dell'incidenza della working area conseguenza di una crescita delle aree destinate alla condivisione. Gli edifici perciò non sono solo più vuoti, ma vengono anche impiegati in modo diverso: meno per il lavoro individuale e più come punto di incontro e di interazione tra i dipendenti.

Per quanto riguarda le manutenzioni degli impianti tecnologici (elettrici, termici e idrico-sanitari), la spesa è cresciuta del 7,5% dal 2015 e del 12,3% dal 2019. Questo in termini assoluti. Se teniamo però conto dell'inflazione, il dato si ribalta e vediamo addirittura un calo della di quasi il 10% dal 2015.

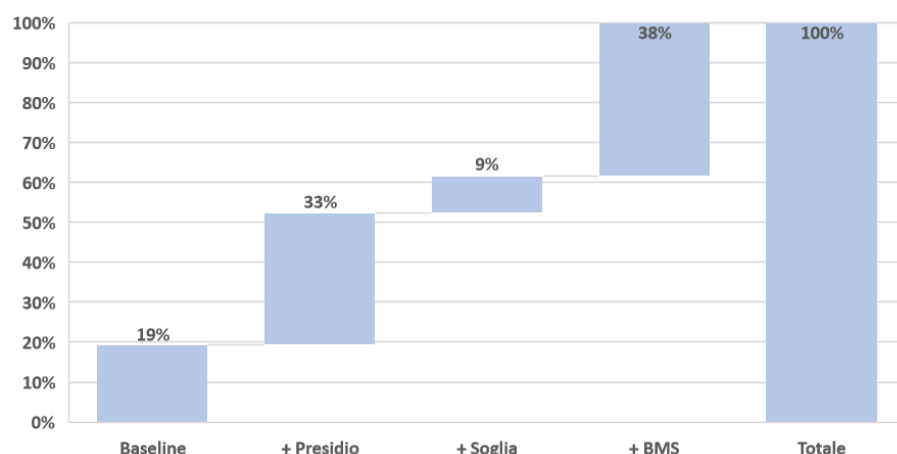
A margine del progetto di Benchmarking i ricercatori di IFMA Italia hanno analizzato come incidano sul canone delle manutenzioni i

4 diversi macroelementi che lo compongono. Il primo è una linea base composta dal corrispettivo per le prestazioni a canone e per il servizio di reperibilità, che, ad esempio, nel caso della manutenzione per gli impianti elettrici su una GIA maggiore di 10.000 metri, quadri contribuisce per il 19% al costo totale del servizio di manutenzione.

Il secondo macroelemento è il presidio, ovvero la presenza in loco del fornitore, abbiamo poi la soglia, che include eventuali franchigie extra-canone, e infine il BMS (Building Management System). Quest'ultimo ha un'incidenza molto forte che cala però all'aumentare della superficie gestita, dato che il costo rimane in larga misura fisso, ma viene spalmato su una superficie più ampia, passando così dal 38% delle sedi con GIA maggiore di 10.000 mq al 15% di quelle con GIA superiore ai 20.000 mq. Eliminare questo fattore dall'analisi permette perciò un'analisi più chiara del contributo degli altri tre elementi. Risulta allora evidente quanto peso abbia il presidio del personale del fornitore in entrambe le classi dimensionali, con un'incidenza



Canone di manutenzione impianti elettrici + termici - GIA > 10.000 mq

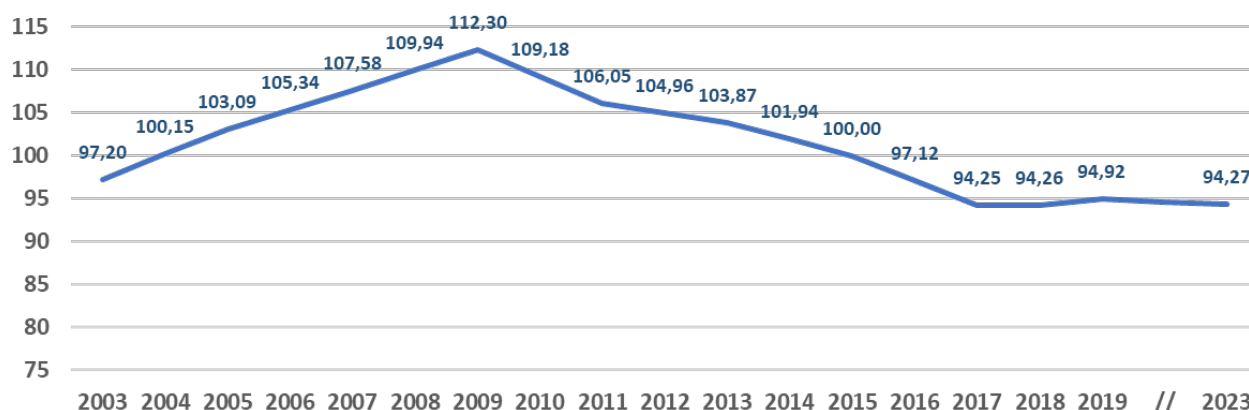


che nel caso delle manutenzioni degli impianti elettrici arriva addirittura al 50%.

Per quanto riguarda gli interventi extra-canone, il Report non riporta il valore medio, che avrebbe poco senso, ma va a guardare le distribuzioni per

il calo è superiore al 20% dal 2015. Le pulizie sono state infatti un bersaglio privilegiato negli ultimi anni per le strategie di cost saving e di negoziazione con i fornitori. Per dare un quadro più ampio di come si articoli questo taglio costante nel

Pulizie (aree interne) (valori correnti) - indici (base 2015)



classe di importo. Nel caso sempre degli impianti elettrici, ad esempio, il 47% della spesa extra-canone è portato dagli interventi di valore inferiore ai 250 euro, con il contributo di tutte le altre classi che diminuisce all'aumentare del costo dell'intervento. La manutenzione per gli impianti di sollevamento, al contrario, vede anch'esso una predominanza relativa della fascia inferiore ai 250 euro, ma anche un aumento costante del peso degli interventi extra canone di importo unitario via via più elevati.

L'altro grande servizio analizzato è quello delle pulizie, che nel caso delle aree interne, anche senza considerare l'inflazione, mostra un progressivo calo nella spesa per il servizio iniziato dal 2009 e quantificabile in un -18%. Se invece teniamo conto dell'inflazione,

costo del servizio, il Report 2024 riporta per ogni linea di attività di pulizia non solo la periodicità più impiegata (giornaliera, settimanale, mensile ecc.), ma anche la seconda più frequente, così da evidenziare come le aziende cerchino, in sede di negoziazione del contratto, soluzioni alternative a quelle normalmente impiegate, nel tentativo di diminuire la frequenza degli interventi e quindi la spesa correlata.

Queste sono solo alcune delle tendenze registrate nel corso del Benchmarking 2024. I Report relativi riportano un'enorme quantità di dati di raffronto precisi e affidabili e indicazioni su come stabilire con precisione il livello di qualità dei propri servizi. Per maggiori informazioni: ricerca@ifma.it.

Le aziende stanno ripensando le loro strategie legate allo spazio, con soluzioni ibride tra lavoro in sede e in remoto e un generale ripensamento del ruolo dell'ufficio. Si nota, ad esempio, un calo dell'incidenza della working area conseguenza di una crescita delle aree destinate alla condivisione.



Lo sa Lanssana, che ogni giorno mette cura e attenzione.

Lo sappiamo tutti noi di Camst group che abbiamo scelto di dare valore a ogni istante. Diamo valore al tempo dedicato alla cura degli ambienti in cui le persone lavorano, alla pulizia e alla sanificazione di spazi pubblici e privati, a offrire un'ampia varietà di servizi. Perché il tempo speso bene è ciò che conta davvero.

Camst group
Da 80 anni, il tempo di far bene.

camstgroup.com

80⁺
camst
group