

Officelayout

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



181

aprile_giugno 2020

LA NUOVA FRONTIERA DELL'HOME WORKING
LA LUCE E TUTTE LE VARIABILI DEL COLORE
IL MEDICO DEL LAVORO AI TEMPI DEL COVID-19
I NUOVI CONCEPT PROGETTUALI PER GLI UFFICI
REMOTE WORKING IN ITALIA



La voce delle aziende

di Paola Cecco

Assorbire il colpo senza andare in pezzi. In una parola **resilienza**, che applicata all'ambito aziendale e organizzativo si può leggere come la capacità dell'azienda di reagire a un evento imprevisto, non solo contrastando e superando la tempesta, mantenendo dritta la barra del timone, ma anche facendo della criticità improvvisa un fattore di cambiamento alla ricerca di nuove opportunità. Insomma, cavalcare l'onda anziché farsi travolgere.

La resilienza è dunque una qualità alla quale le aziende devono costantemente attingere per adattarsi ai cambiamenti improvvisi delle condizioni in cui operano, come è avvenuto a seguito del lockdown conseguente alla diffusione del coronavirus. Un'emergenza sanitaria che ha di fatto stravolto ogni tipo di pianificazione e budget, imponendo alle aziende una reazione immediata per garantire, da un lato, la continuità operativa e, dall'altro, per definire nuove strategie in un panorama nuovo e incerto. In questo contesto come ha reagito il settore ufficio? Quali gli impatti sul concept di prodotto nel breve e nel medio periodo? Lo abbiamo chiesto ai diretti interessati dando voce a più di trenta realtà differenti per dimensione, localizzazione e tipologia di prodotto offerta. E il quadro che emerge è quello di un settore che non è restato a guardare. Un settore che ha reagito sul piano organizzativo attraverso nuove modalità operative favorendo, laddove possibile, il lavoro da remoto o ponendo in essere le condizioni di sicurezza per proseguire la produzione. Il digitale è stato un canale strategico per mantenere unità e favorire lo scambio delle informazioni tra le persone interne, come anche tra l'azienda e la forza vendita e propri i clienti, ma anche per favorire attività di formazione e di sviluppo.

Pur non mancando le difficoltà, dovute principalmente all'assenza di liquidità, e le preoccupazioni per un futuro incerto, le aziende del settore ufficio si sono attivate per dare risposte alle esigenze immediate, predisponendo soluzioni per il distanziamento sociale negli ambienti di lavoro e soluzioni per l'home working che trasferiscono nel contesto domestico i livelli di ricerca, comfort ed ergonomia messi a punto per l'ufficio. Parallelamente le aziende guardano al futuro immaginando come l'esperienza vissuta negli ultimi mesi si rifletterà nel concept dei nuovi luoghi di lavoro. "Siamo in una fase in cui è ancora difficile identificare uno scenario certo, sapere cosa occorrerà mantenere, cosa è temporaneo e cosa dovremo lasciare – afferma **Gianfranco Marinelli**, presidente di *Assufficio* –. Ovvio che chi ha già adottato un modello organizzativo smart è più avvantaggiato. Andranno ripensate le aree comuni e potrebbero essere soluzioni interessanti e utili alcune caratteristiche degli office pod, dei phone booth e delle nuove postazioni isolate acusticamente. La socialità non sarà messa in discussione, ma solo la distanza fisica.

La diffusione del Coronavirus ha imposto un cambio nell'organizzazione anche se, per alcuni versi, possiamo dire che in realtà ha accelerato un cambiamento già in atto e lo smart working, con il suo modello organizzativo, ci ha già introdotto da tempo a un diverso approccio del lavoro, per modalità, tecnologie, ambienti e orari. Adesso però si devono adottare soluzioni diverse rispetto al passato, soprattutto in ambito domestico e in futuro saranno ancora diverse, perché è evidente che quella di oggi non è una condizione ideale. La modularità, l'eliminazione di quanti più vincoli possibile nella riconfigurabilità degli ambienti di lavoro, saranno la chiave vincente, sia che ci si trovi nel building dell'azienda, sia che si tratti di un coworking. Molti dei nostri associati già oggi stanno prototipando nuove soluzioni e prodotti specifici, per far fronte a questo. Le aziende italiane sono avvantaggiate in tal senso e, anche se non sono le più grandi, è dato certo che sono le più flessibili e creative al mondo, realizzando prodotti di qualità e design unici".

Le domande rivolte alle aziende:

- 1. Quali difficoltà la vostra azienda sta affrontando e quali le strategie messe a punto per superarle?*
- 2. L'emergenza sanitaria in atto sta modificando il modo di relazionarsi e di conseguenza il modo di fruire gli spazi. Quali gli impatti sul concept del prodotto?*



Daniele Varesano
marketing & design manager 3F Filippi

1. Il lockdown ha costituito un temporaneo rallentamento dell'attività produttiva, dilatando i tempi di consegna, e dell'attività commerciale, che ha cambiato le sue modalità operative. Nonostante ciò, 3F Filippi ha continuato a fare sentire la sua presenza ai clienti. Non abbiamo mai smesso di operare con impegno in due ambiti: supporto e formazione. Approntando l'iniziativa "3For you", la nostra rete commerciale in tutto il mondo sta organizzando incontri virtuali con i clienti per illustrare il nostro nuovo catalogo e le ultime novità di prodotto, o supportare le attività di progettazione di progettisti e lighting designer. Adottando un approccio multicanale siamo altrettanto attivi dal punto di vista formativo. Promuoviamo webinar, anche impiegando social media, organizziamo videoconferenze con i progettisti e, sempre online, supportiamo iniziative di alto valore tecnico.

2. Già prima della pandemia, negli ambienti professionali è iniziata una fase di notevole cambiamento. Rispetto alle impostazioni classiche, gli uffici sono e saranno sempre più concepiti come contesti fluidi, flessibili, dove il confine tra l'attività lavorativa e la vita privata tende gradualmente a ridursi. Forse questa fase porterà a limitare gli spostamenti, e occorrerà approntare spazi che facilitino la comunicazione in remoto anche a gruppi numerosi di interlocutori. Passando alla progettazione dei prodotti, anche a un'industria come quella illuminotecnica sarà richiesto un contributo tecnologico per tutelare ulteriormente la salute delle persone. Come altre aziende del settore, noi di 3F Filippi siamo impegnati nello sviluppo di nuove lampade germicide a raggi ultravioletti, in grado di purificare efficacemente gli spazi indoor. Sarà un lavoro graduale. Probabilmente si partirà con soluzioni con sorgenti fluorescenti per poi arrivare a tecnologie LED, ovviamente quando queste potranno garantire al 100% la salute delle persone e verrà approvata una normativa internazionale per questo comparto. Già da oggi, comunque, 3F Filippi fa la sua parte, con un design che facilita le operazioni di pulizia degli apparecchi contribuendo a rendere più salubri gli ambienti.



Andrea Sanguineti
brand manager Alias

1. Alias sta affrontando un nuovo modo di gestire la relazione con i clienti. Nelle prime fasi, mancando completamente il "contatto fisico" tra azienda, agenti, dealers e clienti architetti abbiamo reinventato il modo di relazionarci e raccontare il valore aggiunto nell'utilizzo dei nostri prodotti. Questo ci ha portato a sviluppare una strategia di comunicazione digital molto mirata e calata sulle necessità dei nostri partner.

2. L'emergenza COVID19 riconfigura gli spazi del lavoro che hanno nuove necessità. E se la qualità era già prima il driver emergente che orientava la progettazione degli spazi, oggi a questo si aggiunge la necessità di avere un adeguato distanziamento tra le persone. Il trend più forte è secondo noi la valorizzazione delle postazioni di lavoro personale sempre più auto sufficienti e spaziose andando a ridurre gli spazi destinati all'utilizzo collettivo. Il networking si sviluppava nelle aziende attraverso il contatto personale in spazi multifunzionali di incontro, che oggi sono stati sostituiti dalla rete digitale, anche all'interno della stessa azienda. Non cambia il modello di lavoro che si basa sulla condivisione ma cambiano gli strumenti. Da contatto personale si passa ad un contatto mediato dallo strumento digitale. Questo per quanto riguarda gli uffici. In casa è diventato fondamentale poter ritagliare spazi dedicati al lavoro, aree che prima dell'emergenza si ricavano in situazioni domestiche senza attenzione della separazione tra l'aspetto lavorativo e domestico, perché temporanei. Oggi lo spazio di lavoro in casa si fa permanente e richiede situazioni progettate ad hoc, separate da altre funzioni domestiche, per consentire giusti livelli di privacy. Nel lungo termine, la lezione che porteremo a casa dall'emergenza COVID 19 è la capacità di lavorare e relazionarci in modo interconnesso e collaborativo, ma rendendo più efficiente il lavoro assieme prediligendo gli strumenti digitali alla presenza fisica. Queste settimane ci siamo confrontati con i colleghi della filiera del design: siamo d'accordo che attraverso una riunione su Skype o Zoom si può ottenere un livello molto alto e qualitativo di coinvolgimento senza per forza spostarsi fisicamente prendendo aerei e attraversare continenti. Questa nuova forma di lavoro è molto in linea con il tema della sostenibilità e di un nuovo modello di sviluppo che riduca il consumo delle risorse naturali.