



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?



Simona Stroppiana
responsabile marketing e comunicazione Kastel

1. Improvvisamente si è manifestata una situazione che ha rotto gli equilibri creando instabilità e un'onda reattiva ad altissima emotività. Come dopo ogni condizione di stress, più che mai in questo caso dobbiamo saperci riprendere organizzandoci e sfruttando nuove sinergie in vista dei mesi a seguire, che saranno decisivi. Per ripartire è fondamentale ingranare la marcia giusta, nel rispetto e nella tutela della salute dei nostri collaboratori e del bene comune. Più che mai è necessario un lavoro di squadra, utile a consolidare il rapporto e la fiducia nella clientela abituale e base fondamentale per esplorare nuovi mercati diretti ad allacciare future inaspettate collaborazioni.

2. Strategie, nuove soluzioni, aggiornamenti continui, sono l'unico volano per adeguarsi a questa situazione che ha radicalmente modificato l'approccio sociale e ambientale. Abbiamo di fronte a noi un nuovo modo di concepire l'ufficio e in generale tutto il mondo del lavoro, un cambiamento repentino e inimmaginabile fino a pochi mesi fa. L'approccio giusto è non farsi cogliere di sorpresa, ma entrare da protagonisti in questo nuovo scenario, facendosi trovare preparati per la sfida dei mercati. Nel mondo della seduta leggerezza e praticità sono diventate parole chiave, lo smart working che fino a ieri era relegato a una stretta cerchia di aziende è ora un riferimento per quasi tutte le tipologie di lavoro. Casa e ufficio si sono fuse in un unico ambiente, per questo diventa fondamentale la ricerca di nuovi stili, la cura del dettaglio e la fluidità delle superfici in abbinata con materiali e tecnologie sempre più ricercate e performanti. Questa nuova impostazione richiederà sempre più flessibilità negli spostamenti e negli adattamenti a spazi e dinamiche sociali. La tecnologia sarà sempre più elemento preformante e imprescindibile dalla progettazione degli ambienti in cui si svolgono le attività, condizionando fortemente stili di vita e arredo. In ogni momento e luogo, sarà necessario poter ricavare un'isola di lavoro confortevole dove svolgere le attività connesse all'utilizzo di strumenti tecnologici.



Massimo Gianquinto
chairman Level Office Landscape

1. Dobbiamo premettere che sebbene sia iniziata la ripresa delle attività e la cosiddetta "nuova normalità", questa non coincide affatto con una vera e propria ripartenza. La questione è molto più complessa in quanto coinvolge l'intero sistema Paese e il resto del mondo, in ragione della globalizzazione. La vera questione riguarda l'esigenza scaturita dall'adeguamento degli spazi di lavoro imposti dai decreti sul distanziamento sociale, e se questa deve considerarsi temporanea e reversibile o al contrario permanente. L'Oms ha dichiarato recentemente che il Coronavirus è da considerarsi endemico e quindi la convivenza con esso sarà piuttosto lunga, almeno per un anno e fino alla scoperta del vaccino.

2. Le aziende del settore ufficio non possono pensare che il lavoro, almeno in questo momento, consista nella fornitura "sic et simpliciter" di schermi, partizioni e dispositivi di protezione individuale a basso costo. Lo sforzo sarà pensare a cosa accadrà dopo. Molti progetti sono stati sospesi per una riflessione profonda sulla nuova riorganizzazione dell'ufficio. Le aziende, in questa fase, si trovano ad affrontare un mercato esiguo, diventato ancora più affollato per la presenza di altre imprese, che si sono attrezzate per offrire prodotti per l'adeguamento richiesto (schermi in plexiglass, metacrilato, dispenser, ecc.). Si è creato così un eccesso di offerta con conseguente riduzione dei prezzi dei prodotti, mentre sul fronte delle materie prime vi è stato un innalzamento repentino dei costi per ovvie ragioni speculative.

Una ricerca americana ha evidenziato come la necessità di una riconfigurazione degli spazi di lavoro sia inevitabile. Le aziende devono quindi tornare a esprimere un pensiero progettuale, secondo una scelta imprenditoriale ma culturale soprattutto. Occorre tornare a essere aziende che guidano il cambiamento e non lo subiscono unicamente adeguandosi. Level su questo tema ha avviato da tempo una profonda riflessione su coworking, smart working e home working che passa inevitabilmente dall'uso della tecnologia. Argomenti che impongono lo studio di prodotti che siano la concretizzazione di ciò che pensiamo sarà l'ufficio. Il vero punto chiave è e resta valutare e decidere come poter far convivere la condivisione e l'isolamento, la collaborazione e interazione sociale e la sicurezza, senza rinunciare a tutto quello che abbiamo realizzato fino ad oggi.