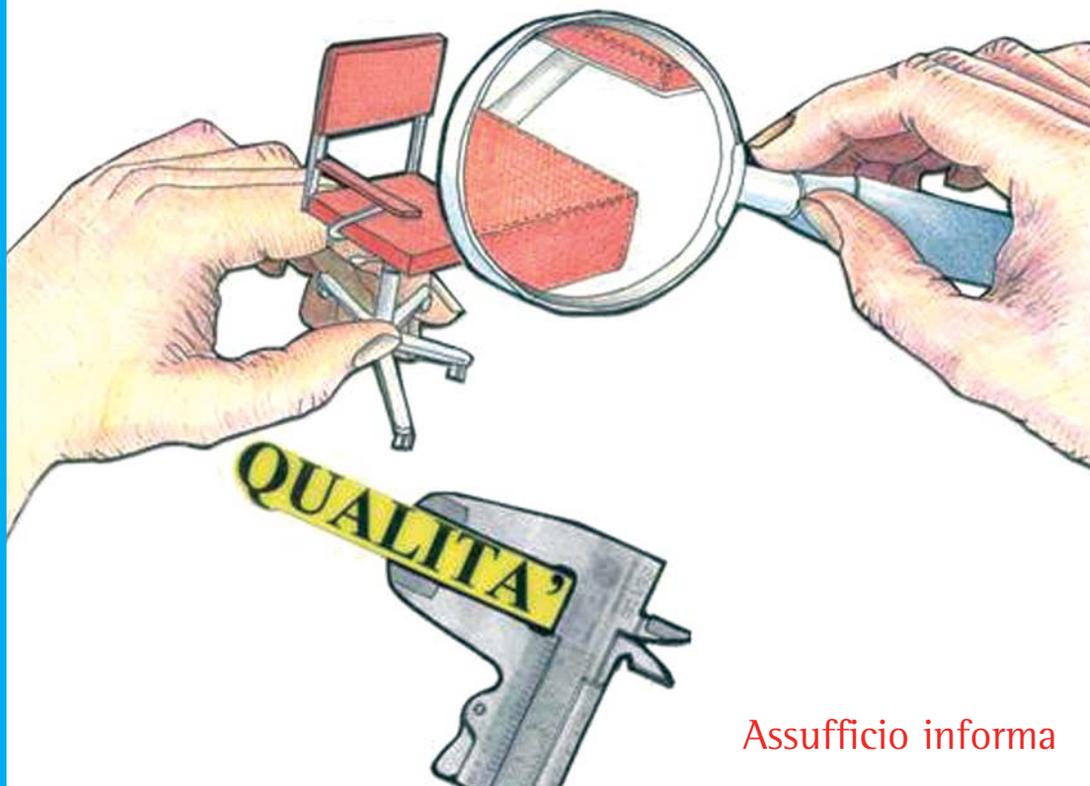
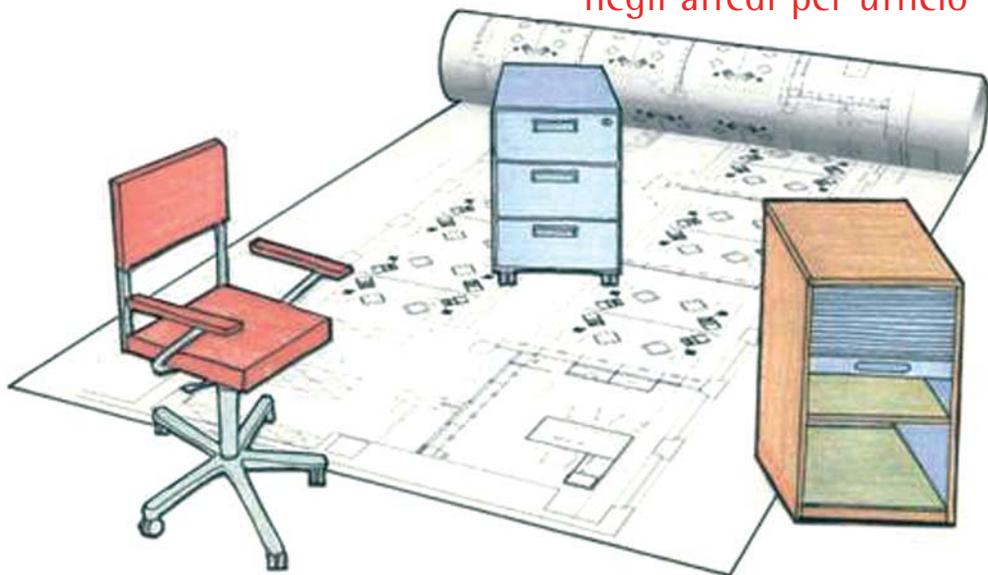


# Sai comprare... qualità?

Vademecum sulla qualità  
negli arredi per ufficio



Assufficio informa

---

## Indice

PREMESSE	3
1.COS'E' LA QUALITA'	
1.1 Definizione di qualità	5
1.2 Definizione generale	5
1.3 Qualità soggettiva	7
2.VALUTAZIONI GENERALI	
2.1 Immagine coordinata ed estetica	9
2.2 Scelte funzionali e tipologiche	11
2.3 Qualità del Fornitore	13
2.4 Qualità apparente - Qualità intrinseca	15
2.5 Valutazione del livello qualitativo	17
3.QUALITA' NEGLI ARREDI PER UFFICIO	
3.1 Requisiti del prodotto	19
3.2 Affidabilità Fornitore e Cultura aziendale	21
4.DESIGN	
4.1 La qualità del design	25
5.CONSIDERAZIONI ECONOMICHE	
5.1 Il prezzo della Qualità	27
5.2 Altri fattori di valutazione economica	28
6.CONCLUSIONI	29
ALLEGATI	31



## Premesse

A volte, ci rendiamo conto che un prodotto non soddisfa le ns. aspettative, solo dopo averlo acquistato.

Una considerazione importante che ha guidato la realizzazione di questo documento, è che la qualità di un prodotto non è un valore assoluto, ma dipende in primo luogo dalle aspettative di ogni Utilizzatore.

Di conseguenza, è impossibile stabilire un “sistema metrico di misurazione” della qualità, che possa dare termini di riferimento assoluti e strumenti di comparazione validi per tutti.

Un arredo per ufficio non idoneo può ridurre drasticamente la produttività delle risorse umane, che sono il fattore critico del successo di ogni Azienda (oltre che la voce di costo più elevata).

E' inoltre fondamentale ricordare che la qualità non riguarda solo il prodotto in sé, in quanto non può essere disgiunta dalla qualità del servizio offerto dal Fornitore.

Ci auguriamo di essere riusciti nel compito di creare un primo strumento di chiarezza e di dialogo tra Clienti, Progettisti e Fornitori su questo tema difficile, ma fondamentale per la soddisfazione degli Utilizzatori.

L'obiettivo, anche se ambizioso, è facilitare la reciproca comprensione tra i vari “attori” del processo di offerta e acquisto, precisando i momenti e le problematiche relative alle campionature e realizzando uno strumento utile per migliorare tutte le fasi gestionali, ma soprattutto aumentare efficacia ed efficienza, nell'interesse comune.

Assufficiò si augura che l'ampia diffusione di questo documento raggiunga lo scopo di aumentare la soddisfazione della Clientela e di conseguenza delle Aziende fornitrici.



# 1. COS'E' LA QUALITA'

## 1.1 Definizione di qualità

Lo Zingarelli alla voce qualità recita:

“un insieme di elementi concreti che costituiscono la natura di qualcosa e ne permettono la valutazione in base a una determinata scala di valori”.

Questi due concetti chiariscono come la scelta di cosa campionare non sia casuale, ma debba essere pensata in relazione al progetto che si vuole realizzare ed ai materiali che si intendono utilizzare.

## 1.2 Definizione Generale

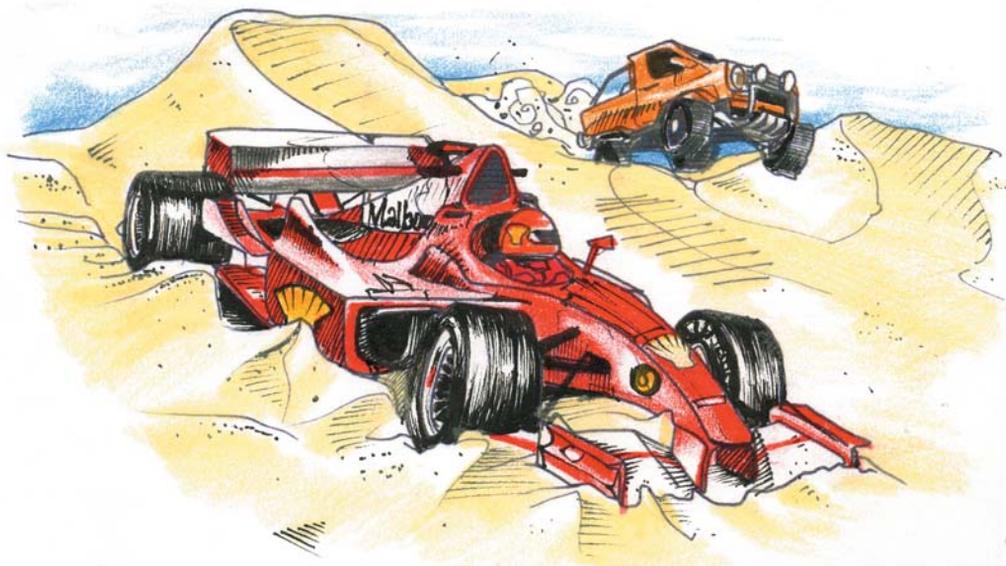
Nell'arredo per ufficio non è sufficiente intendere la qualità solo come verifica delle caratteristiche funzionali, estetiche e di durata, dei vari prodotti.

Si dovrebbe intendere piuttosto, la capacità di un prodotto di soddisfare aspettative, bisogni e richieste del mercato, rappresentate da una molto articolata matrice di correlazione tra moltissimi fattori (ved. Allegato 1).

Come per molti altri prodotti, una classificazione tradizionale, ma sicuramente inappropriata, suddivide anche l'arredo per ufficio in:

- alta qualità
- medio / alta qualità
- media qualità
- medio / bassa qualità
- bassa qualità

Occorre sottolineare che il prezzo di un arredo per ufficio non è sufficiente a definire la collocazione di un prodotto, in uno dei livelli precedentemente citati.



### 1.3 La qualità soggettiva

La “qualità assoluta” non esiste.

Se rileggiamo la definizione di qualità data al paragrafo 1.1 come “insieme di elementi concreti che costituiscono la natura di qualcosa e ne permettono la valutazione in base a una determinata scala di valori”, non possiamo fare a meno di dedurre che la Qualità può essere valutata solo dopo aver stabilito cosa esattamente ci serve.

Questo concetto appare immediato attraverso qualche esempio pratico:

1) Il telescopio spaziale Hubble sta rivoluzionando, con le immagini catturate dallo spazio, una gran parte delle teorie astronomiche convenzionali. Eppure non è il telescopio più potente; però, rispetto a tutti gli altri, ha una qualità straordinaria: non è sulla terra, ma è in grado di funzionare in orbita.

2) le corse di Formula 1 per anni sono state dominate dalla Ferrari, attraverso una eccellente combinazione di qualità straordinarie: motori, telai, gomme, piloti, squadra, ecc.

Eppure, queste automobili così vincenti sarebbero certamente inadeguate se si pensasse di farle gareggiare alla Parigi-Dakar.

Questi esempi paradossali, servono a far capire che, in qualsiasi contesto, c'è qualità e qualità, ma prima ancora c'è “esigenza ed esigenza”, ed è la precisa individuazione delle esigenze ad aiutarci a determinare la scala di valori che ci consente l'esame qualitativo.

Proviamo allora a fare un altro esempio pratico e concreto relativo agli arredi:

una sedia per ufficio in condizioni normali viene usata circa 8 ore al giorno.

---

In ambienti particolari (p.es. le sale di controllo di una centrale nucleare o del centro radar di un aeroporto) sono utilizzate ininterrottamente 24 ore su 24.

In questo secondo caso, è necessario fissare requisiti di resistenza almeno tre volte più elevati rispetto a quelli di una seduta normale per raggiungere lo stesso obiettivo di durata.

E' però ragionevole che una seduta con queste caratteristiche abbia un prezzo superiore a quello di una seduta "normale".

E, con quest'ultima frase, abbiamo introdotto un concetto, sul quale torneremo successivamente: il prezzo della qualità.

## 2. VALUTAZIONI GENERALI

### 2.1 Immagine estetica e coordinata

Ogni Acquirente dovrebbe pensare attentamente al tipo di “immagine” che intende dare ai propri uffici, perché è ormai noto che l’arredamento, ha un enorme impatto sull’immagine che l’Azienda proietta di sé, ed è determinante per definire il suo grado di riconoscibilità all’interno del proprio mercato.

Ad esempio, le Aziende che propongono prodotti ad alta tecnologia si “vestono” tendenzialmente di arredi high-tech e utilizzano colori e luci raffinati per confermare al pubblico la loro attenzione al futuro, all’innovazione.

Esistono moltissime tipologie di uffici e molti aggettivi per definirli: funzionali, essenziali, eleganti, minimali, razionali, sfarzosi, moderni, classici ed altri ancora.

Ma proviamo a fare degli esempi:

1. Un’azienda che propenda per un’immagine classica, tende a richiedere arredi con:

- essenze di legno naturale (noce, ciliegio, ecc.)
- colori a toni caldi
- forme tradizionali
- ecc.

2. Viceversa un’azienda che preferisca un’immagine high-tech probabilmente richiederà arredi con:

- finiture con legni chiari (acero, betulla, ecc.)
- materiali “freddi” come il vetro, il metallo
- forme pulite ed essenziali
- ecc.

Trattandosi di scelte importantissime, ci sembra opportuno suggerire agli Utilizzatori la collaborazione con progettisti esperti del settore (Architetti, Arredatori, Space-planners, ecc.) al fine di individuare con certezza gli obiettivi da perseguire.



## 2.2 Scelte funzionali e tipologiche

E' importante definire la tipologia di prodotto più opportuna per le proprie esigenze, in pratica occorre scegliere un arredo per ufficio che assolva alla funzione richiesta.

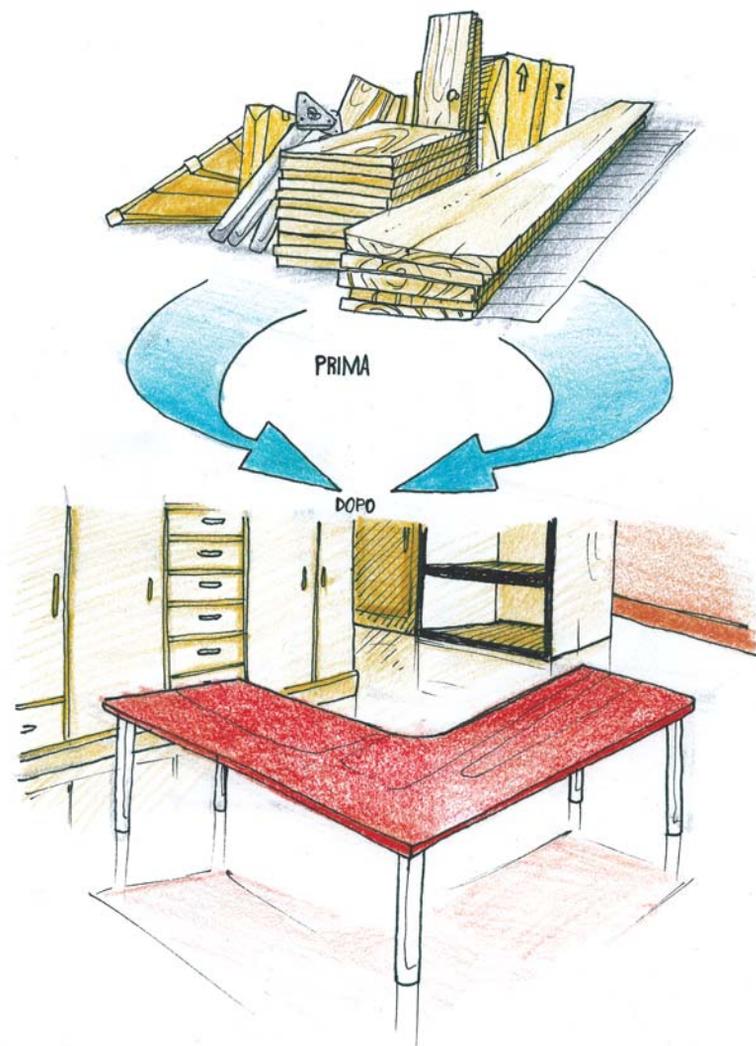
Ad esempio, se l'organizzazione aziendale si basa prevalentemente sul lavoro in team, saranno da preferire sistemi di arredi che abbiano spiccate caratteristiche di aggregazione dei posti lavoro:

- strutture condivise
- cablaggi centralizzati
- piani aggregabili
- ecc. ...

Se, invece, si prevede un lavoro individuale saranno da preferire arredi che privilegino la postazione autonoma:

- strutture singole e indipendenti
- dotazioni di cablaggio autonome
- archiviazione per ogni singolo posto lavoro
- ecc. ...

Un arredo che non corrisponde alle caratteristiche funzionali, è un arredo inadeguato, anche se per tutti gli altri parametri fosse di "altissima qualità".



## 2.3 Qualità del fornitore

Dopo aver definito le caratteristiche dell'arredo (immagine, tipologia, funzionalità ecc.) la valutazione che segue è la scelta del Fornitore, soprattutto riferita alla qualità dei servizi che lo stesso è in grado di offrire.

L'arredo per ufficio diviene infatti un vero e proprio prodotto funzionante solo presso il Cliente, cioè attraverso un articolato processo che richiede:

- informazione e concertazione preliminare (consulenza/analisi aspettative)
- rilievo dei locali e progettazione accurata
- trasporto, sollevamento ai piani e installazione in loco
- gestione del post-vendita
- integrazione e modifiche successive

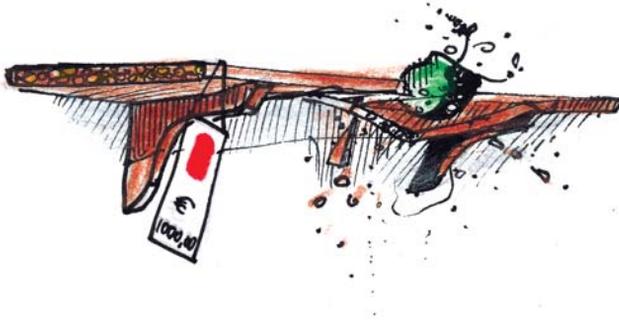
Questi servizi trasformano un insieme di componenti metallici, lignei, plastici, vitrei, ecc. in un vero prodotto, concretamente utilizzabile.

Inoltre, mentre per prodotti singoli quali ad esempio un cellulare o una penna l'acquisto successivo si riduce ad un processo di sostituzione - magari con un modello più evoluto o addirittura da un Fornitore diverso - nel caso dell'arredo per ufficio vi sarà quasi sicuramente la necessità di integrazioni e/o modifiche al lay-out, che richiederanno un servizio che solo un Fornitore affidabile e ben organizzato può garantire.

Nel suo complesso il mercato offre un ampio ventaglio di prodotti e, analogamente, di Fornitori con vari livelli qualitativi. Ogni Acquirente dovrebbe restringere la scelta ad una piccola cerchia di possibili Fornitori coerenti con il livello qualitativo prescelto.

Questo consentirà all'Acquirente una valutazione più ragionata, con parametri di confronto omogenei, e soprattutto senza perdita di tempo e confusioni generate da un eccesso di offerte. (A volte un aiuto nella scelta può derivare dalla visione di una o più campionature. A tal proposito Assufficiò dispone di un utile vademecum: "Sei.....un campione?").

Infine occorre sottolineare che un Fornitore deve essere affidabile anche dal punto di vista finanziario, perché se presenta bilanci ad alta criticità, spesso non può garantire un livello qualitativo costante.



## 2.4 Qualità apparente – Qualità intrinseca

Nella scelta di un arredo per ufficio, occorre indagare oltre quella che risulta essere la qualità apparente.

A volte un mobile che appare, a prima vista, di elevata qualità potrebbe non esserlo al suo interno e viceversa.

Proviamo a fare un esempio:

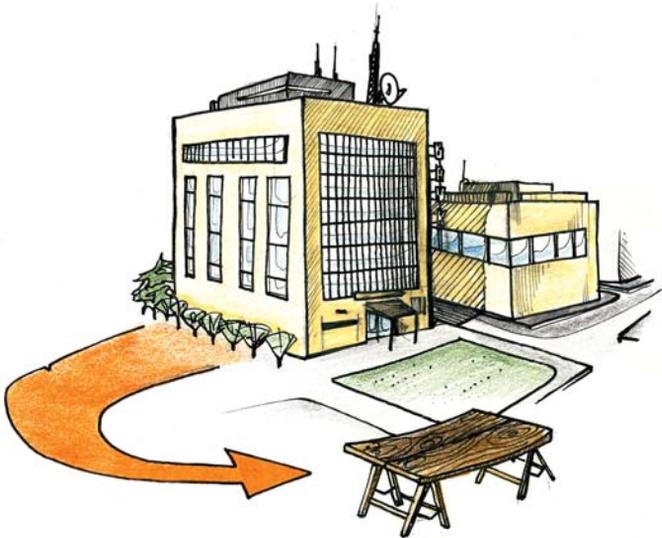
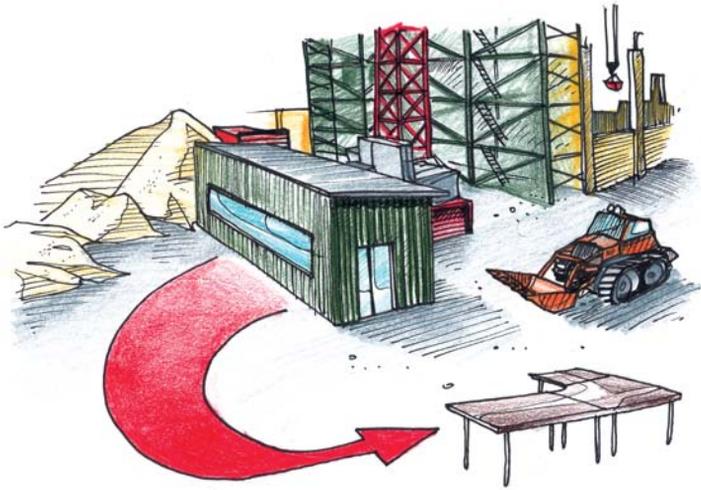
un piano di lavoro laccato può apparire visivamente di ottima qualità, se la verniciatura è di ottima fattura.

Al suo interno, però, potrebbe essere costituito da un pannello di scarsa qualità, o magari assemblato con elementi non idonei a garantire la necessaria resistenza a manovre ripetute di smontaggio e rimontaggio.

In sintesi, la qualità di un arredo per ufficio non può essere giudicata da un puro “contatto epidermico” con il prodotto.

Bisogna essere consapevoli che oltre ad una qualità percepita, frutto di sensazioni emozionali, visive, tattili, ecc., esiste una qualità intrinseca costituita da cura nei dettagli, materiali di pregio, solidità, ricerca estetica, cioè una serie di elementi che garantiscono prestazioni o caratteristiche diverse tra un prodotto ed un altro.

Valutando queste caratteristiche si può essere certi di aver acquistato un bene che soddisferà sicuramente le proprie esigenze e che potrà essere considerato un buon “investimento”.



---

## 2.5 Valutazione del livello qualitativo

Come in ogni decisione è bene conoscere i pro e contro.

Nel caso specifico della qualità, un'ulteriore riflessione da fare riguarda il contesto e la durata che devono avere gli arredi.

Sarà ad esempio opportuno acquistare mobili per ufficio di alto profilo se la loro durata, l'immagine aziendale, il contributo che gli stessi danno alla qualità del lavoro e alla soddisfazione/motivazione delle risorse umane o altri fattori, siano le principali discriminanti prioritarie.

Sarà invece opportuno acquistare arredi per ufficio di profilo inferiore, se si pensa a soluzioni temporanee o provvisorie.

E' ovvio che tra gli estremi citati, esiste tutta una serie di livelli qualitativi intermedi altrettanto significativi, entro i quali è possibile collocare la propria scelta.



## 3. QUALITA' NEGLI ARREDI PER UFFICIO

### 3.1 requisiti del prodotto

Anzitutto è necessario ricordare che gli arredi destinati ad ambienti di lavoro devono soddisfare obbligatoriamente i requisiti previsti dalla legislazione.

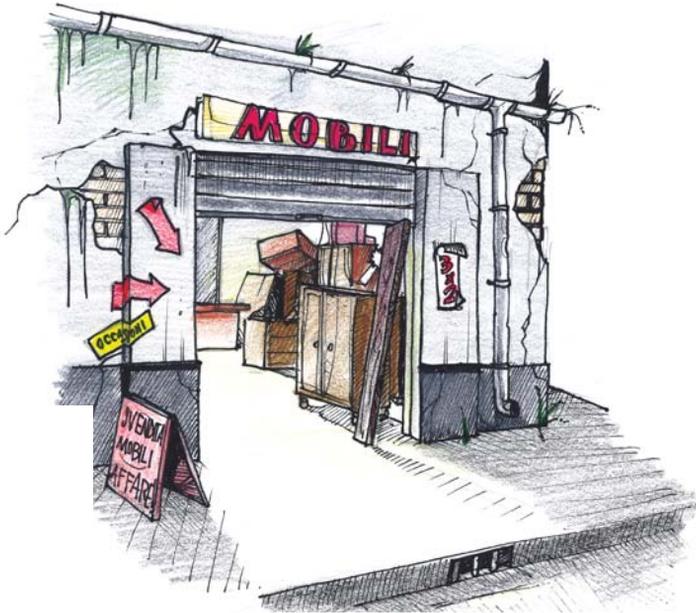
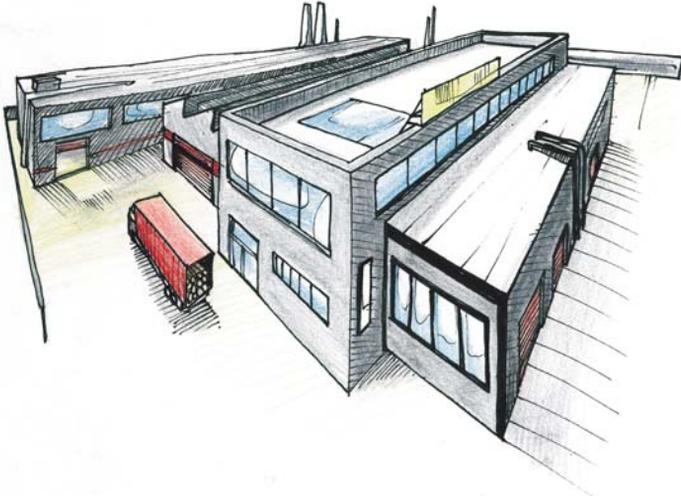
A tale proposito, si ricorda che AssUfficio ha pubblicato e ha in corso di pubblicazione vari Capitolati: pareti, mobili, sedute ufficio, sedute collettività, così come un manuale Sei....duesi? sulla sicurezza nell'ambiente ufficio.

Valutare qualitativamente un arredo per ufficio è un'operazione complessa. Per meglio riuscire nell'intento, si è cercato di "sezionare" il problema in una serie di singole valutazioni, che ogni Acquirente può eseguire secondo una propria scala di valori.

(Ved. Allegato 1)

L'arredo per ufficio può quindi essere indagato attraverso le seguenti categorie di requisiti:

- SICUREZZA E BENESSERE
- RESISTENZA E DURABILITA'
- MANUTENZIONE NEL TEMPO
- FUNZIONALITA'
- ERGONOMIA
- COMPATIBILITA' ECOLOGICA
- QUALITA' DI MATERIE PRIME E COMPONENTI
- REQUISITI DI PROCESSO – SERVIZI
- AFFIDABILITA' FORNITORE
- STORIA E CULTURA AZIENDALE
- DESIGN
- VALUTAZIONE ECONOMICA



### 3.2 Affidabilità fornitore e cultura aziendale

L'acquisto di arredi per ufficio non è un evento ripetitivo come quello di gran parte dei consumi privati, ma "storico" che condiziona per molti anni l'ambiente di lavoro e l'immagine del Cliente.

Quindi, la scelta del Fornitore è importante quanto quella del prodotto.

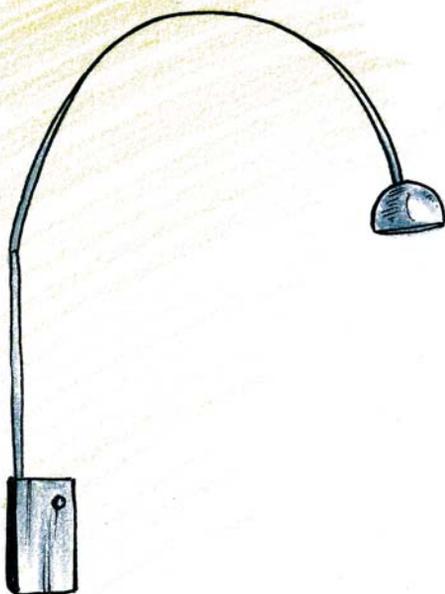
Per evitare possibili equivoci, bisogna chiarire subito che la qualità di un Fornitore si misura solo in parte col possesso di certificazioni del sistema di GESTIONE QUALITA' AZIENDALE (Vision 2000).

Inoltre, la VISION 2000 non determina il livello qualitativo del prodotto, realizzato da una determinata Azienda.

La vera "qualità" dell'Azienda coincide con la sua "reputazione" sul mercato, che è fatta non solo di certificati, ma anche di storia, cultura, correttezza, amore per il progetto e per i prodotti e rispetto per Clienti, Fornitori e Dipendenti e, perché no anche per i Concorrenti.

Comprando da un Fornitore con ottima "Reputazione" si può essere certi di avere le migliori garanzie di soddisfazione.

Un suggerimento per chi acquista, è senz'altro quello di chiedere ai potenziali Fornitori, la possibilità di visitare location che ospitano realizzazioni da loro attuate in precedenza.

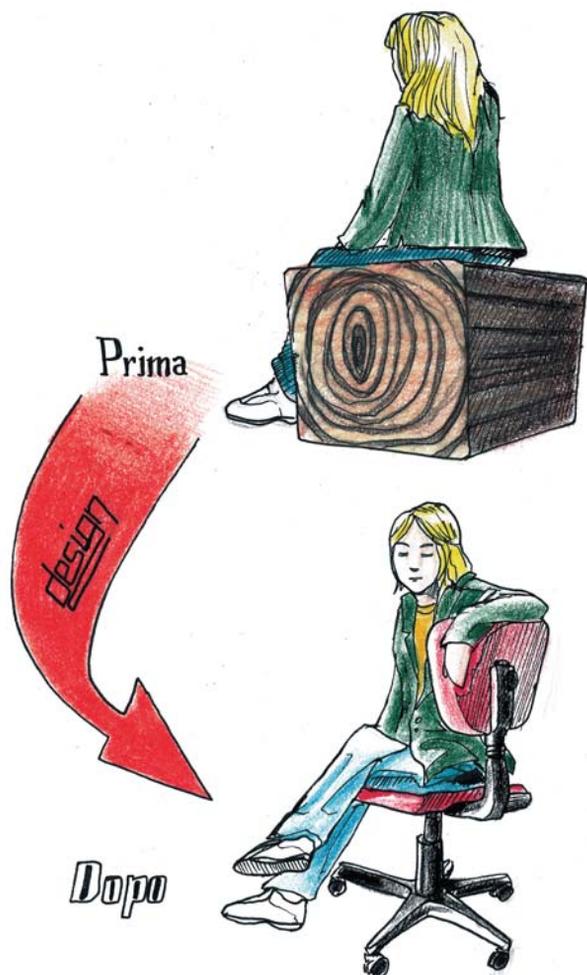


## 4. DESIGN

Il design è un concetto astratto, difficilmente misurabile; eppure è un valore aggiunto universalmente riconosciuto che caratterizza i prodotti “Made in Italy”.

Allora come può un Utente farsi un’idea concreta per riconoscere un prodotto di design?

Certamente il design è cultura, quindi acquisire informazioni attraverso: pubblicazioni, riviste di settore, manifestazioni fieristiche, siti internet, ecc., può essere una maniera efficace per imparare a valutare il design; ma sicuramente un grande aiuto in tal senso è offerto da Professionisti Specializzati in questo settore.



## 4.1 La qualità del design

Lo Zingarelli alla voce design recita:

“Progettazione di manufatti ... da prodursi in serie industrialmente che, ai requisiti tecnici e funzionali, uniscono pregi estetici”.

Questa definizione sottintende la conoscenza di materiali e tecnologie, ma anche la capacità di anticipare la trasformazione dei modi di pensare, vivere, lavorare. Il design cerca di utilizzare tutte queste conoscenze, per realizzare un prodotto, che abbia inoltre il valore aggiunto della gradevolezza estetica.

Senza contare la capacità di dare un significato formale a tutto questo, ponendo molta attenzione alla coerenza dei singoli componenti fra loro e rispetto al prodotto globale e alla cura dei dettagli (come diceva Charles Eames.... “i dettagli non sono dettagli”).

Utilizziamo come esempio un paradosso:

il primo uomo preistorico che si è seduto, probabilmente lo ha fatto su un macigno che quasi certamente, dal punto di vista dei materiali, era di ottima qualità.

Sfortunatamente, gli mancava qualcos'altro: non era stato concepito, studiato, progettato e prodotto per far sedere una persona nel modo più corretto, e tanto meno perché quella seduta fosse inserita in un ambiente di lavoro, che a quei tempi non esisteva.

Tutto questo per evidenziare che al concetto di design si associa quello di innovazione, un valore aggiunto molto importante per garantire l'adeguatezza dei prodotti alle nuove esigenze degli Utenti.

E' evidente che i Fornitori che si limitano a produrre copie di prodotti, siano da considerarsi in maniera negativa rispetto alle Aziende che investono in ricerca.

(Ved. Allegato 2)



## 5. CONSIDERAZIONI ECONOMICHE

### 5.1 Il prezzo della qualità

Pretendere un prodotto di qualità certa, è un diritto dell'Acquirente.

Solitamente esiste una corrispondenza tra prestazioni e prezzo, quindi salvo rare eccezioni, parallelamente alla crescita dei requisiti qualitativi di un mobile per ufficio cresce anche il relativo prezzo.

Occorre quindi essere molto attenti a non acquistare arredi per ufficio eccessivamente economici, perché si potrebbe scoprire a posteriori, che il prodotto/servizio non è conforme alle attese, compromettendo per un lungo periodo di tempo la situazione dei propri uffici. Né d'altro canto è corretto acquistare prodotti con prestazioni (e quindi prezzo) superiore alle effettive necessità di utilizzo, perché ciò risulta ugualmente antieconomico.

Un Acquirente accorto dovrà quindi ricercare il prodotto ideale, che possa garantire il massimo rapporto tra la qualità richiesta e il prezzo più conveniente.

## 5.2 Altri fattori di valutazione economica

E' senz'altro un errore considerare l'aspetto economico di un arredo per ufficio, in base al costo iniziale; occorre invece spalmare l'acquisto in un arco di tempo pari al periodo di previsto ammortamento (generalmente 5/10 anni). E' inoltre indispensabile valutare anche l'influenza positiva, che un buon arredo ha su tutti gli altri fattori di risparmio: sul personale come sulle successive integrazioni, modifiche e ristrutturazioni, ecc. che l'Azienda sosterrà nello stesso periodo di utilizzo.

Pertanto è corretto che le valutazioni economiche tengano conto anche dei seguenti fattori:

- durata
- ammortamento fiscale
- costi di modifiche e manutenzioni
- costi finali di smaltimento a fine ciclo

**ma soprattutto della:**

- capacità dell'arredo per ufficio di influire sulla redditività del personale

E' infatti dimostrato che esiste una diretta correlazione tra qualità dell'ambiente (e degli arredi che ne sono parte integrante) e produttività delle risorse umane che ci lavorano (intesa come efficacia, efficienza, creatività, ecc. ).

(Ved. Allegato 3)

## 6. CONCLUSIONI

1. Esistono tante qualità, scegli quella che soddisfa di più i tuoi bisogni
2. Le risorse umane sono il bene più prezioso per l'Azienda, quando compri un arredo per ufficio ricorda che è un investimento produttivo a lungo termine.
3. Il prodotto arredo per ufficio, non è un oggetto fine a sé stesso, poni la giusta attenzione al servizio annesso.
4. Scegli il Fornitore di arredo più adatto, attraverso una selezione mirata. Troppe offerte generano confusione e dispendio di energie.
5. Ricorda che un Fornitore improvvisato o inaffidabile dal punto di vista finanziario, non è in grado di garantire consegne qualitativamente costanti nel tempo.
6. Evita un Fornitore chiacchierato: se non ha rispettato gli impegni con i Dipendenti, Sub-fornitori, Clienti, ecc. credi che li rispetterà con Te?
7. Presta attenzione agli arredi ottenuti con assemblaggi di parti di prodotto provenienti da Paesi terzi, controlla attentamente la qualità e verifica il grado di servizio post-vendita.
8. Diffida dagli sconti speciali, dalle vendite sottocosto. Può esistere un'azienda che regala i prodotti?
9. Telefona, verifica di persona o col tuo Progettista, che il Fornitore prescelto abbia eseguito installazioni simili alla tua.
10. Difendi il MADE IN ITALY: non si tratta solo di campanilismo, ma di riconoscere – allo stesso modo in cui fa il mercato mondiale – che l'Italia eccelle nel settore degli arredi.



## ALLEGATI

### Allegato 1

Per concludere abbiamo cercato di mettere a punto uno strumento riassuntivo, una sorta di “check-list”, che raggruppasse i principali requisiti, che ogni Acquirente può considerare al momento dell’acquisto di un arredo per ufficio.

Ovviamente tutto ciò può non essere esaustivo, in quanto in determinate situazioni, potrebbero essere necessari ulteriori requisiti o, viceversa, in altri casi alcuni di questi requisiti potrebbero risultare superflui.

Riteniamo comunque che questo strumento possa rivelarsi utile per raffrontare le varie offerte ricevute dalla ristretta cerchia di Fornitori selezionati.

## 5 - Check list per la valutazione della campionatura

TIPOLOGIA DI REQUISITI	REQUISITO SPECIFICO	✓
SICUREZZA E BENESSERE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rispondenza a disposizioni di legge e normative</li> <li>• Stabilità</li> <li>• Innocuità superficiale</li> <li>• Sicurezza in uso</li> <li>• Antistaticità</li> <li>• Atossicità</li> </ul>	
RESISTENZA E DURABILITA'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistenza a sollecitazioni statiche e dinamiche</li> <li>• Resistenza a usura nel tempo componenti, materiali, superfici, finiture</li> <li>• Resistenza a vari agenti fisici (sfregamenti, calore, luce, ecc.) e chimici (liquidi caldi e freddi, ecc.)</li> </ul>	
MANUTENIBILITA'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sostituibilità e intercambiabilità componenti</li> <li>• Facilità montaggio e smontaggio componentie mantenimento nel tempo della resistenza dopo manovre ripetute</li> <li>• Non ritenzione sporco</li> <li>• Facilità pulizie</li> <li>• Disponibilità nel tempo parti di ricambio e completamenti</li> </ul>	
FUNZIONALITA'	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modularità</li> <li>• Flessibilità</li> <li>• Varietà tipologica</li> <li>• Completezza gamma</li> <li>• Accessoriabilità</li> <li>• Cablabilità</li> <li>• Adattabilità al lay-out</li> <li>• Riconfigurabilità lay-out</li> <li>• Capacità di contenimento</li> <li>• Integrabilità con altri sub-sistemi e con l'ambiente fisico</li> </ul>	
ERGONOMIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compatibilità dimensionale</li> <li>• Regolabilità assetti e posture</li> <li>• Libertà di movimenti</li> <li>• Comfort</li> <li>• Isolamento acustico</li> <li>• Assorbimento acustico</li> <li>• Colorimetria</li> <li>• Riflettanza</li> <li>• Traspirabilità rivestimenti</li> <li>• Microclima</li> </ul>	

TIPOLOGIA DI REQUISITI	REQUISITO SPECIFICO	✓
COMPATIBILITA' ECOLOGICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Durabilità nel tempo</li> <li>• Separabilità materiali diversi</li> <li>• Impiego materiali riciclati</li> <li>• Riciclabilità materiali</li> </ul>	
QUALITA' MATERIE PRIME E COMPONENTI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualità del truciolare</li> <li>• Qualità del MDF</li> <li>• Qualità dell'impiallacciatura</li> <li>• Qualità dei bordi</li> <li>• Qualità delle laccature</li> <li>• Qualità dei laminati</li> <li>• Qualità dei nobilitati</li> <li>• Qualità dei metalli</li> <li>• Qualità dell'alluminio</li> <li>• Qualità del vetro</li> <li>• Qualità dei tessuti</li> <li>• Qualità dei pellami</li> <li>• Qualità delle materie plastiche</li> <li>• Qualità dei componenti</li> <li>• Qualità dei meccanismi</li> <li>• Qualità della ferramenta</li> </ul>	
PROCESSO/SERVIZI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informazione sul prodotto</li> <li>• Capacità progettuale</li> <li>• Capacità e disponibilità a fornire soluzioni a specifiche problematiche del Cliente</li> <li>• Qualità nell'installazione</li> <li>• Assistenza post vendita</li> <li>• Disponibilità di call center</li> <li>• per il post vendita</li> <li>• Disponibilità di un servizio di verifica di customer satisfaction</li> <li>• Servizio di manutenzione programmata</li> <li>• Totale servizi</li> </ul>	
AFFIDABILITA' FORNITORE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Serietà aziendale</li> <li>• Verifica referenze</li> <li>• Immagine aziendale</li> <li>• Capacità produttiva</li> <li>• Capacità finanziaria</li> <li>• Capacità di investimento in impianti e tecnologia</li> </ul>	

TIPOLOGIA DI REQUISITI	REQUISITO SPECIFICO	✓
STORIA E CULTURA AZIENDALE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificazioni di qualità</li> <li>• Reputazione sul mercato</li> <li>• Storia dell' Azienda</li> </ul>	
DESIGN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado di innovazione del disegno</li> <li>• Coerenza formale di tutti i componenti del sistema</li> <li>• Capacità di durata nel tempo del design</li> <li>• Compatibilità del design con il contesto architettonico</li> <li>• Compatibilità del design con l'immagine aziendale</li> <li>• Qualità dei materiali e delle finiture</li> <li>• Qualità dei dettagli</li> <li>• Ampiezza gamma materiali-finiture-colori</li> </ul>	
VALUTAZIONE ECONOMICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo dei prodotti</li> <li>• Costo dei servizi</li> <li>• Costo modifiche/integrazioni al layout</li> <li>• Ammortamento fiscale</li> <li>• Pagamenti</li> <li>• Periodo di invariabilità dei prezzi</li> <li>• Incremento produttività</li> <li>• Garanzie prodotto</li> </ul>	

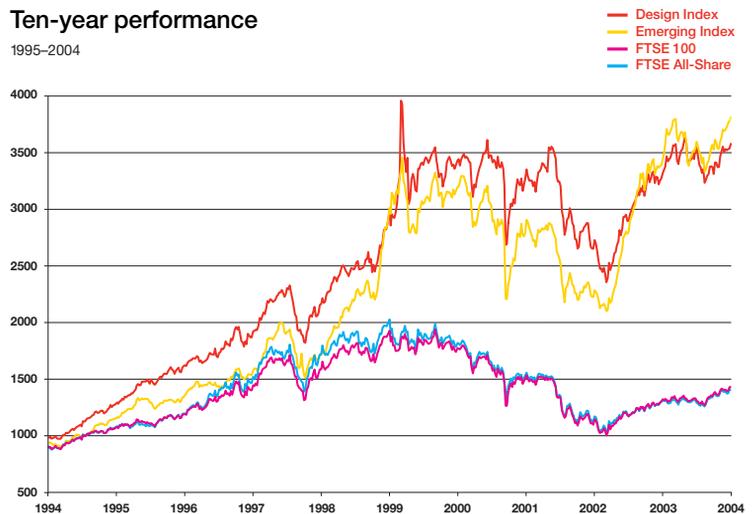
## Allegato 2

### IL R.O.I. DEL DESIGN

Può essere interessante, soprattutto per gli Acquirenti, citare uno studio realizzato dal Design Council di Londra, che ha messo in relazione il valore di borsa delle prime 100 aziende quotate alla Borsa di Londra, con l'utilizzo che queste fanno del design in genere.

#### Ten-year performance

1995-2004



Legenda:

**Design Index** - Indice rappresentativo delle prestazioni delle aziende leader che fanno uso del design

**Emerging Index** - Indice rappresentativo delle prestazioni delle aziende considerate come emergenti nell'uso del design

**FTSE 100** - Indice rappresentativo delle prestazioni delle prime 100 aziende quotate alla Borsa di Londra

**FTSE All-Share** - Indice rappresentativo delle prestazioni delle aziende dei maggiori settori di mercato nel Regno Unito

Il grafico sopra riportato è tratto da una pubblicazione del Design Council (34 Bow Street London WC2E 7DL United Kingdom) consultabile sul sito internet: [ww.designcouncil.org.uk/designindex](http://ww.designcouncil.org.uk/designindex).

Data la mole di investimenti in design, è importante capire la performance ottenuta dalle Aziende che scelgono di spendere per dare valore aggiunto al proprio business.

E' noto a tutti che il design è un elemento critico delle performance delle Aziende, anche se non è ancora chiaro come influenzi le loro prestazioni.

Questa indagine ha il solo obiettivo di evidenziare alcune correlazioni molto significative tra entità degli investimenti in design e performance delle maggiori aziende quotate alla Borsa di Londra nel periodo 1995/2004 (durante il quale la Borsa stessa ha registrato fasi di crescita euforica, recessione e stasi).

Va chiarito che le Aziende selezionate non producono oggetti di design, ma fanno uso del design per promuovere la propria immagine o brand ( es. British Airways plc, Vodafone Group plc).

L'indagine evidenzia che:

- chi ha creduto nelle potenzialità del design come leva di marketing è stato premiato dal mercato, ottenendo successi nettamente superiori alla media dei concorrenti;
- per ottenere tali successi le Aziende hanno bisogno di partner, capaci di interpretare le esigenze dei propri Clienti e fornire prodotti con il valore aggiunto necessario per differenziarsi in un panorama di grande competitività;
- se i risultati sono così premianti, molte Società saranno disposte ad investire per dare un valore aggiunto alla propria immagine: chi crede in questi strumenti di marketing difficilmente acquista solo sulla base del prezzo più basso.

E' noto che le Aziende Italiane di arredo hanno un primato riconosciuto nel panorama del design mondiale; i Clienti possono quindi trovare nei produttori italiani di arredo un partner ideale che li aiuti a differenziarsi, tramite un design che permetta una riconoscibilità immediata anche per quanto riguarda l'arredo per ufficio (front office, corporate image, ecc. )

### Allegato 3

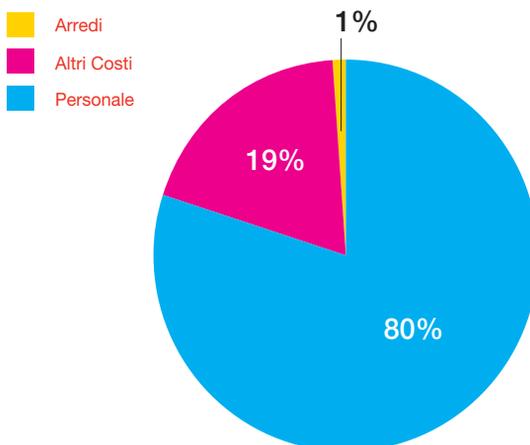
Qui di seguito si sintetizzano i concetti relativi all'elevato ritorno degli investimenti in arredi dotati di buone qualità ergonomiche.

#### L'ARREDO PER UFFICIO COME BENE STRUMENTALE AD ALTA REDDITIVITA'

Su questo importante argomento Assufficio pubblicherà a breve un documento specifico che tratterà approfonditamente i fattori ambientali che influenzano la redditività delle risorse umane.

Va premesso anzitutto che il costo del personale rappresenta circa l'80% del totale dei costi di un ufficio

#### Costi ufficio



Il successo di una azienda dipende sicuramente dalla qualità delle proprie risorse umane (capacità di esprimere idee innovative, di concentrarsi, di comunicare, di non fare errori, di essere efficienti).

Una perdita del 15% nell'efficienza del personale, significa un onere per l'Azienda pari al 12% dei costi totali (15% dell'80%).

Basti pensare che secondo l'Istituto Tedesco per la Previdenza, oltre il 3% dei giorni lavorativi annui dell'intera popolazione di colletti bianchi viene perso a causa di malattie osteo-muscolari (in buona parte prodotte da cattive posture dovute a sedute o scrivanie non corrette dal punto di vista ergonomico).

Altri giorni lavorativi vengono persi per altre "malattie professionali" (disturbi visivi, cefalee ecc.) prodotte sempre da un erroneo rapporto con attrezzature e arredi.

E tralasciando le assenze per malattie, **quanti "5 minuti sprecati" ci sono ogni giorno per ogni impiegato?**

-5 minuti per massaggiarsi la schiena o le caviglie doloranti a causa di una sedia non ergonomica

-5 minuti per sfregarsi gli occhi affaticati a causa di un video messo in una posizione sbagliata

-5 minuti per portare una pratica in un armadio posto a molti metri dalla scrivania

-5 minuti per spostarsi alla postazione di un collega che dovrebbe lavorare "a contatto di gomito"

Forse non si riflette a sufficienza sul fatto che **ciascuno di quei "5 minuti" corrisponde a più dell'1% del tempo disponibile ogni giorno per ogni impiegato (8 ore x 60'=480')**.

L'elemento più incredibile di questa problematica è che **investire in strumenti di lavoro di buona qualità (sedute e mobili per ufficio ben progettati e realizzati) costa pochissimo: circa l'1% dei costi totali dell'ufficio, e ciò può produrre un enorme beneficio.**

Naturalmente, l'ambiente di lavoro non è fatto solo di arredi. Per avere un ambiente di lavoro di buona qualità, è necessario:

- eliminare ogni potenziale fonte di rischio per gli utenti
- disporre di buoni parametri di temperatura, umidità e ventilazione
- avere una corretta progettazione di luci (ma anche di ombre), diversificate e adeguate per i diversi compiti
- tenere sotto controllo i suoni, con adeguati provvedimenti di fonoisolamento e fonoassorbimento
- disporre di spazi consoni alle diverse funzioni

- avere un lay-out che tenga conto delle necessità di correlazione tra le varie funzioni
- intervenire anche cromaticamente, per fornire stimoli differenziati ed evitare monotonia dell'ambiente.

Bisogna inoltre che tutto ciò sia corretto non solo in fase di prima installazione, ma anche nei momenti successivi, quando ai mutamenti aziendali corrisponderanno anche modifiche nell'organizzazione dei vari posti di lavoro (nelle grandi aziende, per le quali si può disporre di dati rilevati, si calcola che mediamente il 20% dei posti di lavoro subisce modifiche di lay-out annuali).

E' fondamentale quindi che spazi, impianti e arredi siano flessibili e possano facilmente adeguarsi al variare del lay-out al fine che ogni modifica successiva abbia costi e tempi ragionevoli.

**In sintesi, investire in migliori arredi per ufficio e in una buona progettazione, è un investimento ad altissima redditività.**



## ASSUFFICIO

Associazione nazionale delle industrie dei mobili  
e degli elementi d'arredo per l'ufficio

una associazione di

 **FEDERLEGNO-ARREDO**

Foro Buonaparte, 65

I - 20121 Milano

Tel. +39 0280604.352

Fax +39 0280604.395

[assufficio@federlegno.it](mailto:assufficio@federlegno.it)

[www.federlegno.it/assufficio](http://www.federlegno.it/assufficio)



CONFINDUSTRIA