

PREFAZIONE

FACILITY MANAGEMENT FOR GLOBAL CARE

Questo testo raccoglie i materiali teorici di economia gestionale del Master in Facility Management svolto dal 2006 al 2009 presso il Campus Biomedico in collaborazione con la Fondazione RUI.

Il master nasce dall'esigenza di professionalizzazione delle amministrazioni dei collegi universitari della Fondazione. Unità organizzative in cui direttrici, in massima parte laureate, svolgono un lavoro silenzioso e perseverante per coordinare le attività di servizi di base che permettono di vivere il collegio come una vera famiglia. Alla Fondazione pareva logico e doveroso rispondere a tanta dedizione incondizionata con una formazione che fornisse un inquadramento professionale solido e riconosciuto. Da qui anche l'accreditamento del corso presso l'Ifma, organizzazione internazionale che associa i manager di facility.

Da qui la dedica di questo libro alle amministratrici della Fondazione RUI.

Gli obiettivi del primo corso sono stati in gran parte raggiunti anche grazie alle capacità dei partecipanti che hanno dimostrato oltre le già note competenze operative anche notevoli capacità creative e di apprendimento.

Il Facility Management è una disciplina relativamente nuova in Italia, un settore di indagine ancora poco esplorato in ambito accademico, seppure di riconosciuta importanza strategica in imprese pubbliche e private. Questo può dipendere forse dal fatto che, di solito, nel nostro paese la formazione del Facility Manager si costruisce sul campo, con l'esperienza, e non ci sono luoghi specificamente deputati a preparare i giovani a questo tipo di carriera, a diffe-

renza di quanto accade in altre nazioni. Negli ultimi anni sono state intraprese alcune iniziative formative post-laurea, Master di I e II livello, che hanno tentato di colmare questo gap. Tra queste il Master in Facility Management for Global Care, di cui sono stato direttore: un'iniziativa promossa dal Campus Bio-Medico in partnership con Fondazione Rui (Residenze Universitarie Internazionali), Cedel (Cooperativa Sociale Educativa Elis), IFMA (International Facility Management Association) e Manu-tencoop.

Tra l'elaborazione culturale dei temi e le esperienze derivate da questo percorso formativo, svoltosi negli a.a. 2007-09, è nata la proposta di un testo capace di rispondere a diversi obiettivi: innanzitutto quello di raccogliere, analizzare e approfondire alcuni spunti teorici, di notevole impatto accademico e, contemporaneamente, di maggiore profondità culturale; in secondo luogo, quello di fornire uno strumento che risponda alle esigenze di professionalizzazione degli operatori di questo settore.

L'idea chiave di questo libro è quella di portare il Facility Management al di fuori dei suoi confini 'tradizionali', rappresentati spesso da una visione meramente tecnica e gestionale dei servizi. L'obiettivo è creare professionisti super-preparati e ultraflessibili, in grado di affrontare e vincere le molteplici sfide che un settore così complesso comporta.

Per questo motivo, dopo aver definito gli ambiti specifici della disciplina rispetto alle aree di studio di Asset e Property Management, ci è sembrato utile inquadrare il Facility Management nella teoria dei servizi, analizzare il gap tra servizio desiderato e servizio percepito, investigare sulle scelte strategiche che si possono operare, elaborare un modello di qualità del servizio nei diversi settori operativi. L'analisi si sofferma in particolare sulla visione strategica e sulla conoscenza analitica dei processi che riguardano due ambiti specifici: quello dell'Hospitality (alberghi, centri convegni, centri termali, navi da crociera etc.) e quello dell'Healthcare (ospedali, poliambulatori, case di cura, centri per anziani etc.). In questo tipo di strutture i servizi alla persona sono sia la base che l'obiettivo finale di ogni strategia di Facility Management. Pertanto in questi ambiti è tanto più necessaria un'integrazione di conoscenze provenienti da vari campi del sapere (dall'economia alle scienze sociali, dalla psicologia del lavoro e delle organizzazioni alla tecnologia, etc) a servizio della visione strategica e delle decisioni del management.

Bisogna osservare che il Facility Management ha rappresentato negli ultimi decenni un importante strumento di semplificazione e razionalizzazione nella vita delle aziende pubbliche e private. Uno strumento che, tuttavia, non sempre è stato in grado di rispondere alle sfide della complessità, dell'integrazione fra vari livelli, di un ridimensionamento dei costi che non implichi la diminuzione del livello delle prestazioni erogate. Si rendono dunque necessari nuovi modelli che

Prefazione

facciano tesoro di quanto il Facility Management ha insegnato e prodotto, ma che siano anche capaci di superarne i limiti e migliorarne gli esiti.

Da qui l'enfasi sul Global Care, sulla cura totale della persona/utente, in una prospettiva di attenzione completa ai suoi bisogni e aspettative. Da qui anche però l'esigenza di fornire una preparazione a 360° ai manager di questo settore, che unisca l'aspetto puramente gestionale a quello strategico e analitico. La crisi economica, le crescenti necessità ambientali ed energetiche, le innovazioni tecnologiche, le nuove frontiere della globalizzazione e dello sviluppo, le variazioni della forza lavoro sono tutti elementi che inevitabilmente trasformano anche il ruolo e i compiti del Facility Manager.

Il Facility Manager for Global Care saprà ricoprire il ruolo di Project Manager nei progetti di cambiamento organizzativo dell'azienda o nelle ristrutturazioni della sua sede; saprà comunicare e si farà carico della formazione continua delle persone che lavorano nel suo dipartimento. Dal punto di vista manageriale sarà suo compito determinare il livello di qualità del servizio, scegliere il fornitore, controllare i risultati. Dal punto di vista tecnico saprà definire attività e frequenze, gestire il personale, controllare le attività, pianificare tempi e carichi di lavoro, ma anche saper gestire le emergenze.

Ma soprattutto, il Facility Manager for Global Care saprà "nutrire i vissuti" ovvero intercettare i bisogni soggettivi e le attese di natura qualitativa che le persone esprimono, siano essi clienti esterni o personale interno, in modo da provvedere al loro benessere globale. Insomma, con un pizzico di creatività, saprà innovare nel solco della tradizione.

Prof. Cristiano Ciappei