



**Giorgio Zucchi**  
Coopservice soc. coop.

**«La ricerca e l'innovazione come cultura aziendale»**



**Giovedì 26 novembre 2020**  
Videoconferenza

---

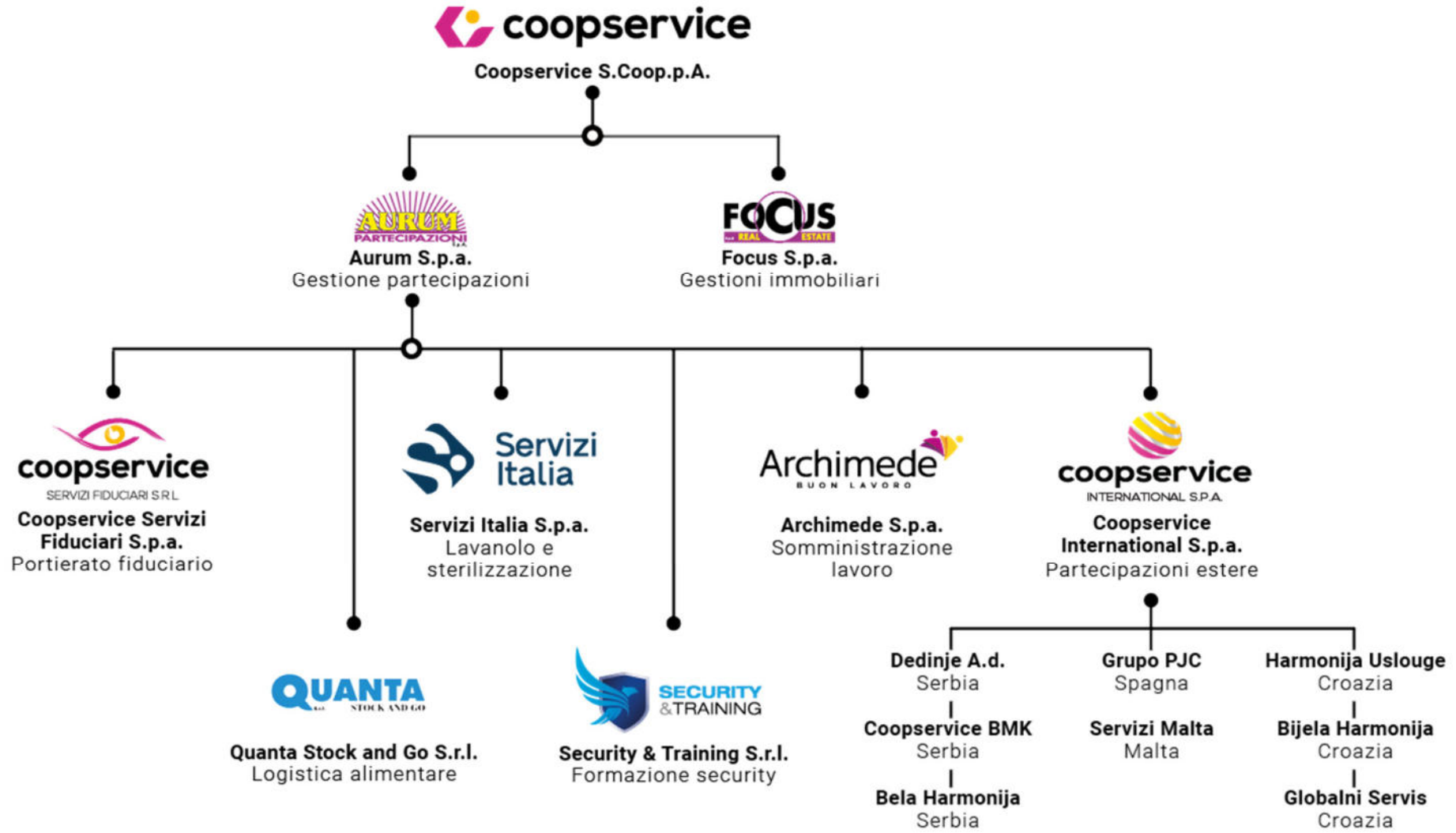
# Bellacopia University 2020/2021

La ricerca e l'innovazione come  
cultura aziendale

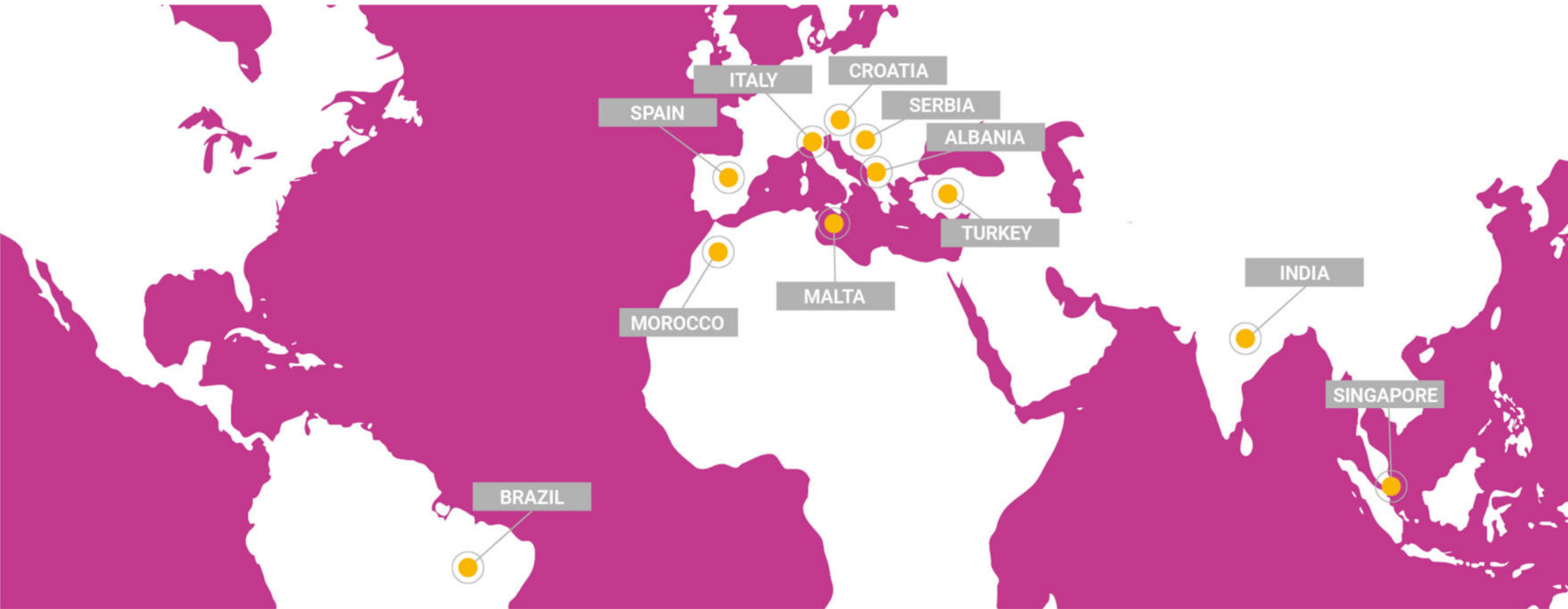
**Giorgio Zucchi**, *Innovation officer*



# Il Gruppo Coopservice



# La presenza del Gruppo Coopservice nel mondo



# I numeri del Gruppo Coopservice

(dati relativi al bilancio 2019)



**Ricavi  
delle  
vendite**

€ 969  
milioni



**Risultato  
netto**  
di pertinenza  
del Gruppo

€ 3,5  
milioni



**Patrimonio  
netto**  
di pertinenza  
del Gruppo

€ 129,4  
milioni



**EBITDA**

€ 96,4  
milioni

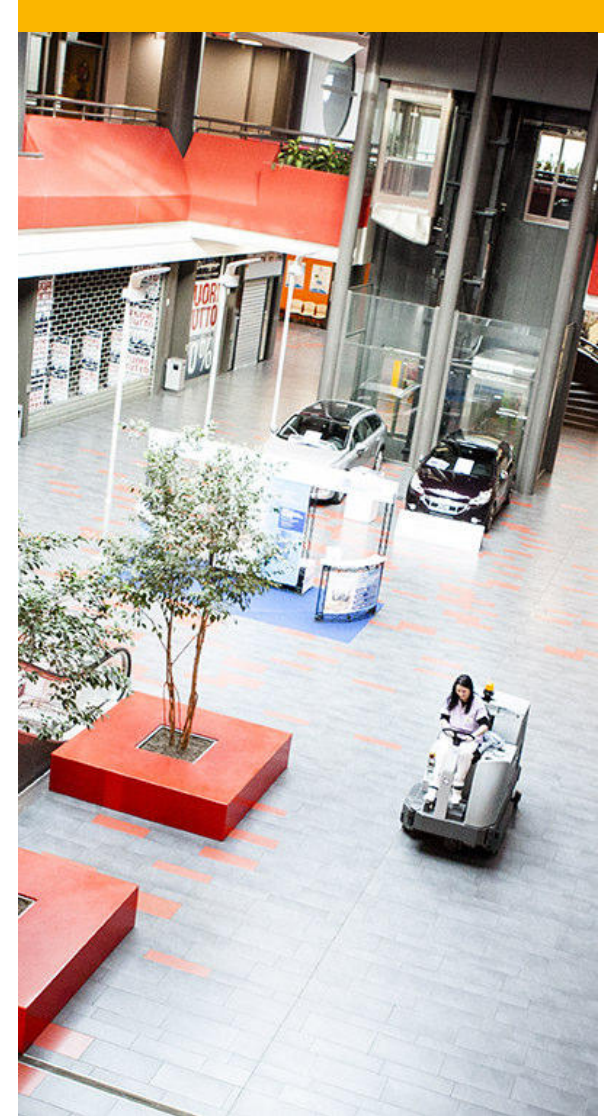


**Occupati  
del Gruppo**  
al 31/12/2018

22.374

## Cleaning & Soft Services

Curiamo la pulizia, l'igiene e la salubrità degli ambienti di lavoro, degli ospedali e delle strutture sanitarie, delle scuole, dei centri commerciali, dei mezzi di trasporto, degli enti pubblici, dei luoghi di aggregazione dove ogni giorno migliaia di persone svolgono le loro attività e trascorrono il loro tempo. Ci prendiamo cura degli immobili dei nostri clienti perché siano sempre accoglienti, confortevoli, ordinati e perfettamente funzionanti.





# Security Services

Con le nostre guardie giurate e le nostre tecnologie vigiliamo giorno e notte su abitazioni, attività commerciali, imprese, ospedali, enti pubblici, stazioni, porti e aeroporti per migliorare il livello di sicurezza e la qualità della vita di tutti. Ci siamo dotati delle più moderne ed avanzate tecnologie e formiamo e addestriamo il nostro personale per affrontare e prevenire le nuove minacce alla sicurezza.



## Energy & Technical Services

Manteniamo in perfetta efficienza gli immobili e gli impianti per garantire agli utenti livelli di benessere e di comfort ottimali. Forniamo e gestiamo energia per efficientare gli impianti, contenere i consumi e salvaguardare l'ambiente con i nostri servizi tecnici. Gestiamo magazzini altamente automatizzati applicando le logiche Lean, Agile e la metodologia Kaizen per ottimizzare i processi e garantire i massimi livelli di efficienza.





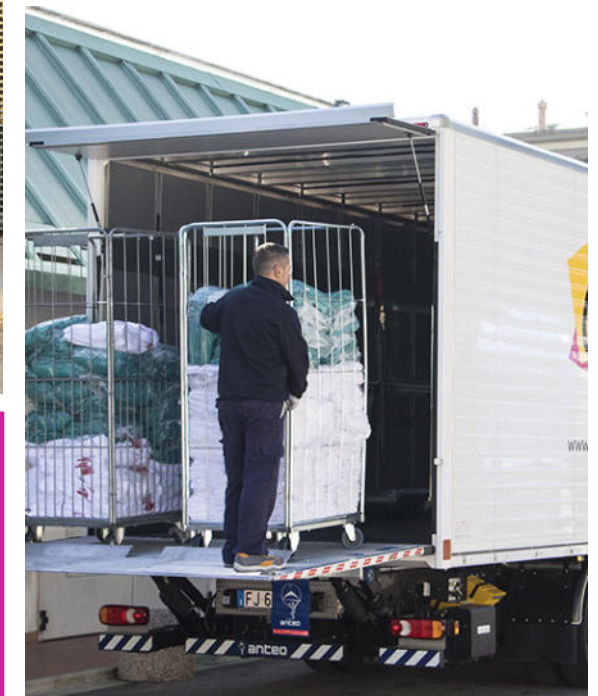
## Settori specializzati

Ci prendiamo cura delle merci e dei beni di ogni natura dei nostri clienti durante le fasi di trasloco, movimentazione, deposito e distribuzione e offriamo servizi specializzati per il trasporto di opere d'arte e oggetti di valore.

Trasportiamo la biancheria ospedaliera da e verso le nostre lavanderie industriali per il ricondizionamento.



Traslochi e  
facchinaggio



## Servizi integrati di facility

Il nostro modello di business è basato sulla **creazione di valore** per i nostri clienti, i quali possono focalizzarsi sul proprio core business con la certezza di poter contare su un partner unico a cui affidare i servizi di facility.

Una gestione integrata dei servizi offre considerevoli vantaggi al cliente:

- un **risparmio economico**, in virtù dei processi di efficientamento che possiamo implementare;
- una **garanzia di risultato**, grazie a procedure di controllo e monitoraggio delle prestazioni collaudate e consolidate da anni di esperienza nel settore.

### FACILITY MANAGEMENT

Servizi singoli sub-appaltati a fornitori diversi coordinati dal gestore della commessa.

### SERVIZI INTEGRATI DI FACILITY

Tutti i servizi sono erogati direttamente e in modo integrato dal gestore della commessa.

### SERVIZIO SINGOLO

### SERVIZI MULTIPLI



# Organizzazione e presenza sul territorio



# Performance

10.500.000 km  
Km percorsi dalle pattuglie di vigilanza



**27**  
volte la distanza dalla terra alla luna

4.300.000  
Numero ispezioni effettuate dalle pattuglie



**1 intervento ogni 7 secondi**

2.540  
Numero di impianti in gestione e manutenzione



63.480.000 Farmaci movimentati

**120**  
CONFEZIONI AL MINUTO



17.247 t  
Tonnellate rifiuti speciali, pericolosi e non, trasportati



equivalenti al peso di  
**3.500**  
elefanti

96.000  
Numero interventi pattuglia su allarme



**263**  
Interventi al giorno

6.235.120 m<sup>2</sup>  
superfici gestite dai servizi di facility

equivalenti a  
**873**  
Campi da calcio



30.000  
Impianti antintrusione collegati alle centrali operative di vigilanza

521.000  
Numero allarmi antintrusione gestiti

**1** Allarme ogni minuto



227.600 m<sup>3</sup>  
volume dei magazzini di logistica e stoccaggio

corrispondenti a  
**92** Piscine olimpioniche



339 milioni m<sup>2</sup> di superficie pulita in un anno



**3** volte l'area di Parigi

**10.000**  
Telecamere di videosorveglianza monitorate



6.180.000 km percorsi dai furgoni per il trasporto valori

**155** volte la circonferenza terrestre





## COSA SONO I SERVIZI INTEGRATI?

- **Aiutare il proprio cliente ad acquisire consapevolezza** del proprio sistema di bisogni
- L'interazione assume quindi un significato fondamentale ai fini della creazione di nuovi spazi di possibilità, di **esplorazione secondo logiche non predefinite**; L'attenzione nei confronti del cliente si esprime attraverso la dimensione della complessità del servizio offerto.
  - Dualità dei servizi **CORE** e **NO CORE** va superata

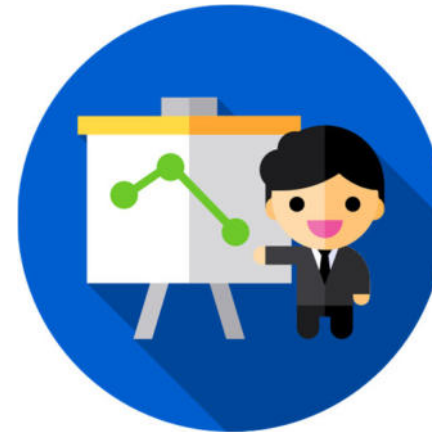




# Innovare nei servizi

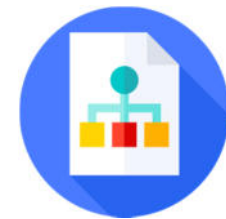
## Innovazione e servizi: un binomio in evoluzione

- Le imprese di servizi innovano non attraverso attività riscontrabili e classificabili con gli strumenti analitici tradizionali usati per gli studi sull'industria manifatturiera
- Raramente sono presenti attività di R&S formalizzate e unità organizzative ad esse deputate, è **difficile misurare gli input e gli output** e quindi gli *aumenti di produttività, tradizionale indicatore del cambiamento tecnologico*).
- I servizi sono caratterizzati da due dimensioni fondamentali:
  - **Intangibilità**
  - **Interattività**



# Innovare nei servizi

- **Il significato dei termini “innovazione” e “tecnologia” deve essere tuttavia ampliato:**
  - *L’high-tech* ha un indiscutibile fascino, ma non è corretto affermare la validità di qualsiasi processo di innovazione tecnologica all’interno dell’impresa. L’alta tecnologia non è garanzia di economicità, ma ciò che bisogna valutare attentamente è l’impatto dell’innovazione tecnologica su tutta la catena del valore dell’organizzazione.
- **Difficile rinvenire in letteratura una descrizione analitica ed esaustiva delle modalità innovative nel settore dei servizi**
  - La distinzione tra innovazione di **prodotto** e di **processo** nei servizi è di dubbia rilevanza analitica e comunque difficilmente applicabile.
  - È soprattutto per alcuni sistemi di erogazione di servizi a elevata **intangibilità**, come quelli delle strutture sanitarie, l’applicabilità della distinzione diventa problematica.



# Innovare nei servizi



- **Difficile la misurazione del fenomeno:**
  - I modelli di valutazione disponibili sono efficaci soprattutto nel settore manifatturiero.
- **Si può comunque procedere a una discriminazione in base alla tipologia di innovazione:**
  - **Attività innovative volte a creare nuovi mercati:**
    - Innovazioni che risiedono più nell'originalità del concetto e nella novità dell'offerta in relazione alle "formule" esistenti sul mercato
  - **Attività innovative volte all'introduzione di nuovi processi di erogazione dei servizi:**
    - Consentono alle imprese di aumentare la propria competitività dal lato dei costi, cioè miglioramento dell'efficienza attraverso innovazioni di processo e prodotto.



# Innovare nei servizi

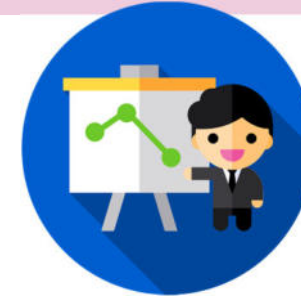
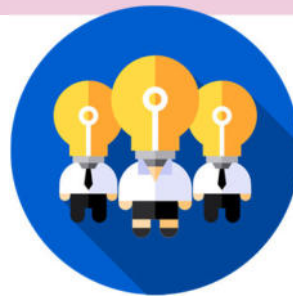
## Le premesse all'introduzione dell'information and communication technology:

- Le imprese di servizi sono in grado di sviluppare più velocemente le Ict e riescono a cogliere meglio le opportunità in termini gestionali. **La maggior parte delle organizzazioni che erogano servizi svolgono processi di raccolta, elaborazione e distribuzione di informazioni, materia prima delle Ict.**
- **Le tecnologie informative a supporto del processo di erogazione non possono esaurire la loro applicabilità all'interno dell'impresa, ma devono estendersi oltre i confini organizzativi verso l'ambiente.**
- **Risulta di vitale importanza la mappatura dei flussi e dei punti di contatto con il cliente e gli utenti.**



# INNOVARE IN COOPSERVICE

|                       | Ricerca                 | Innovazione                 |
|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Finalità              | Sfida intellettuale     | Creazione di valore         |
| Rischio               | Alto<br>Non prevedibile | Quantificabile<br>Gestibile |
| Approccio             | Specializzazione        | Cross-functional            |
| Prospettiva           | Di lungo termine        | Di breve termine            |
| Capacità fondamentali | Eccellenza scientifica  | Capacità di esecuzione      |







# COME NASCE E CRESCE L'INNOVAZIONE?

*come l'innovazione si diffonde in azienda*



**1**  
PRENDI UN'IDEA



**2**  
COLTIVALA



**3**  
FALLA CRESCERE



**4**

DIFFONDILA



PROGRESSIVAMENTE,  
CRESCENDO,  
SI RAFFORZERÀ

AL TEMPO STESSO,  
CONSOLIDANDOSI,  
SI ESPANDERÀ

# Innovare nei servizi – considerazioni finali

- **Dove vogliamo arrivare: L'industrializzazione del servizio**
  - In un settore tipicamente **labor intensive** un progetto di automazione deve prevedere la **mappatura** preliminare di tutti i **momenti di contatto** tra personale di *front office* e cliente.
- **Quali sono i tipi?**
  - **Tecnologie *hard*** :
    - La sostituzione dell'attività dell'uomo con macchinari, attrezzature e strumenti
  - **Tecnologie *soft***:
    - All'innovazione organizzativa
  - **Tecnologie "ibride"**:
    - Alla fusione di innovazioni strumentali con innovazioni nel sistema di lavoro organizzato





# BIG DATA

Siamo pieni di dati

Come utilizzarli?





Che cosa facciamo?

**Analisi dati e  
creazione di Sistemi di  
supporto alle decisioni**






«Se vuoi fare un passo avanti,  
devi perdere l'equilibrio per un  
attimo.»

*Massimo Gramellini*





La laurea è come il  
latte fresco

**Continuate a studiare**