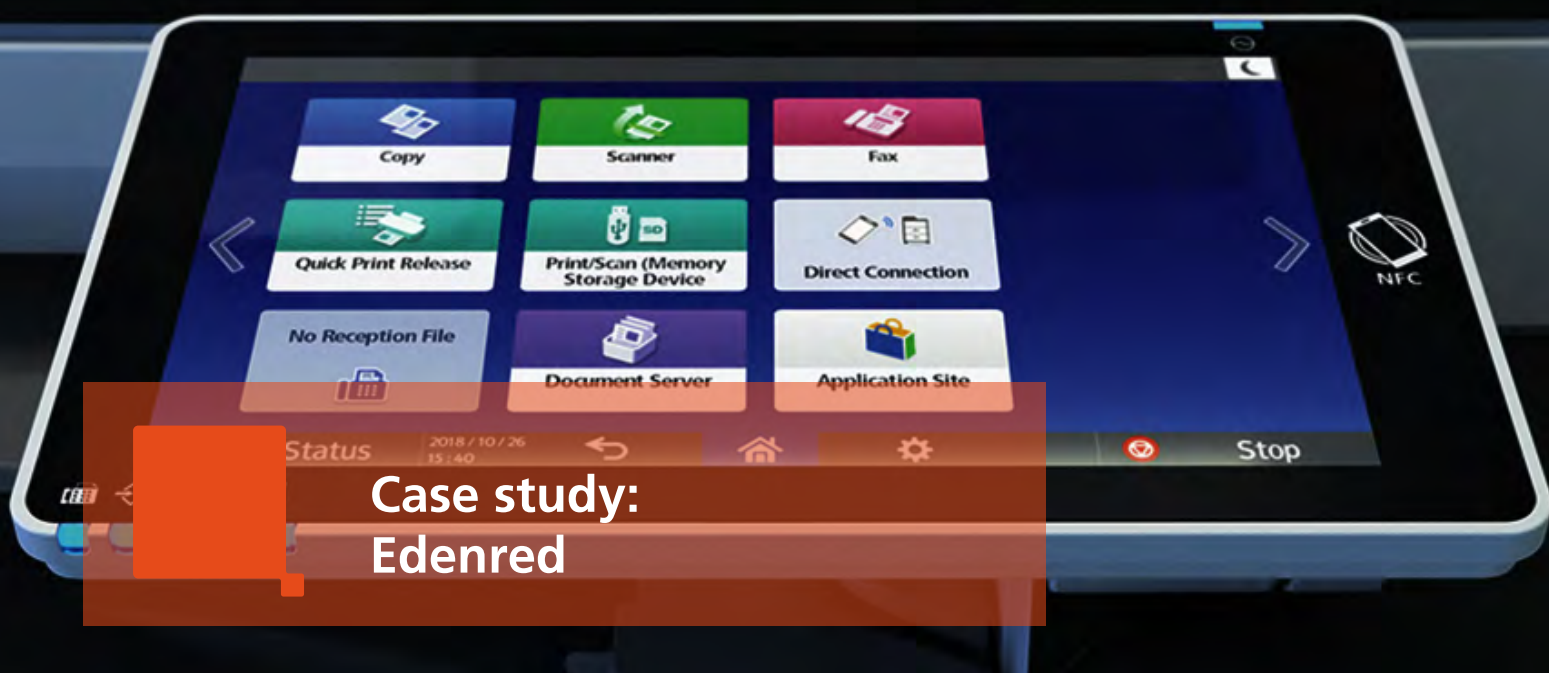




Case study: Edenred

Innovazione che mette al centro le persone. Questo è il presupposto che ha guidato il progetto di rinnovamento del printing sviluppato in Edenred.

Oltre 300 milioni di voucher emessi all'anno, 65.000 aziende clienti e 150.000 partner commerciali affiliati. Sono i numeri che in Italia caratterizzano Edenred, azienda leader nel settore del welfare aziendale e dei benefit per i dipendenti.

Fondata oltre 60 anni fa e con una presenza capillare in tutto il mondo, Edenred è stata la prima società a lanciare il buono pasto elettronico in Italia partecipando quindi attivamente al processo di digitalizzazione del nostro Paese. Si tratta dunque di un'azienda costantemente impegnata sul fronte dell'innovazione con l'obiettivo di ricercare nuove soluzioni e proposte che possano portare valore ai propri clienti.

Edenred ha le idee molto chiare a riguardo ed è convinta che, per raggiungere traguardi sfidanti, sia necessario mettere in primo piano le persone anche creando un ambiente di lavoro open space in modo tale da favorire il valore del singolo, ma anche quello della collettività aziendale attraverso la contaminazione tra aree diverse.

Partire dalle persone e dalle loro esigenze

Puntare sulle persone non è uno slogan per Edenred, ma un approccio concreto che ha guidato la ristrutturazione della sede milanese. Questa è stata l'occasione per introdurre innovazioni tecnologiche anche in ambito printing e per farlo Edenred ha scelto Ricoh.

Marco Biglietto, Responsabile Acquisti e Servizi Generali di Edenred, spiega: "Avevamo la necessità di ristrutturare gli undici piani del building affinché il workplace rispecchiasse il nostro modo d'essere e consentisse ai dipendenti di lavorare meglio. Siamo dunque partiti dai bisogni delle persone e dalla necessità di promuovere la collaborazione tra colleghi, il dinamismo, la comunicazione e lo scambio di idee e abbiamo realizzato un ambiente di lavoro funzionale e basato su logiche nuove, più aperte e smart. Si è trattato di un importante cambiamento culturale desiderato e supportato da Luca Palermo, il nostro Amministratore Delegato, che ha compreso fin da subito le potenzialità del nuovo modello".

RICOH
imagine. change.



Flessibilità ed efficienza: parole chiave per il printing

Per quanto riguarda il printing, prima della ristrutturazione il parco macchine era eterogeneo ed includeva dispositivi A4 posizionati nei singoli uffici e sistemi A3 nelle aree comuni.

“Con il rinnovamento della sede, abbiamo deciso di razionalizzare il printing per introdurre efficienza sia nel building di Milano sia nelle filiali sul territorio.

Siamo passati da oltre 100 dispositivi a una trentina di sistemi multifunzione scegliendo il modello a colori Ricoh IM C6000”, spiega Marco Biglietto. “La riduzione dei costi – continua il manager – è stato un driver importante, ma ci tengo a sottolineare come l’obiettivo principale fosse quello di migliorare il modo di lavorare e di rispondere alle esigenze delle persone in termini di flessibilità”.

Tante possibilità, mantenendo il controllo dei costi

Ricoh IM C6000 offre velocità di produzione (60 ppm) ed elevata qualità, anche nella stampa a colori. Inoltre, è molto semplice da utilizzare grazie allo Smart Operation Panel, un pannello touch intuitivo e personalizzabile sia dal punto di vista delle funzionalità che del layout grafico. Edenred ha infatti inserito il proprio logo aumentando così la visibilità del brand all’interno degli uffici.

Oltre a sostituire i vecchi dispositivi, Edenred ha installato il software StreamLine NX che ha permesso di introdurre la stampa da dispositivi mobili e la stampa sicura. Quest’ultima prevede che il ritiro del documento stampato avvenga solo quando l’utente si reca al dispositivo, eliminando così gli sprechi derivanti da documenti non ritirati e migliorando allo stesso tempo la sicurezza delle informazioni aziendali. StreamLine NX consente poi di monitorare i flussi di stampa e i relativi costi, un aspetto che le aziende non devono sottovalutare.

Si pensi ad esempio all’utilizzo del colore che senza dubbio migliora l’aspetto dei documenti e l’efficacia delle comunicazioni ma che, se utilizzato indiscriminatamente, diventa un costo inutile.

I dispositivi Ricoh sono impostati di default sulla modalità bianco/nero ma integrano tutti la stampa a colori che gli utenti possono utilizzare quando ne hanno davvero necessità.

Attualmente Edenred produce oltre 28.000 pagine colore al mese. Il colore è utilizzato in particolare dal reparto Marketing per creare documenti di comunicazione più accattivanti ed efficaci. “StreamLine NX - dice Marco Biglietto - offre funzionalità di reporting che sono molto utili per capire le tendenze e i miglioramenti che possiamo apportare. Anche in questo caso si tratta di introdurre un nuovo approccio, sensibilizzando le persone ad utilizzare il colore in modo consapevole”.

La gestione del cambiamento

Si ritorna dunque al tema della centralità dei dipendenti e della cultura aziendale. “Nella gestione del cambiamento, prosegue il manager, sono fondamentali due aspetti: il commitment del management, che come detto all’inizio ha sposato fin da subito la trasformazione, e il coinvolgimento dei dipendenti. Per quanto riguarda il printing, abbiamo organizzato incontri in cui lo stesso Amministratore Delegato ha illustrato ai dipendenti i vantaggi delle nuove tecnologie e del nuovo modo di lavorare”.

Un futuro basato su concretezza e scalabilità

Nei progetti di innovazione il fornitore gioca un ruolo importante. Edenred ricerca partner che abbiano esperienza, competenze e che siano in grado di portare al suo interno le migliori best practice calandole nella specifica realtà. “Ed è quello che ritroviamo in Ricoh”, evidenzia Marco Biglietto. “Un altro aspetto che abbiamo apprezzato riguarda la flessibilità e la scalabilità di quanto proposto. Ricoh ha analizzato la situazione di partenza e ha sviluppato un progetto modulare, realizzando una ristrutturazione in progress che tenesse conto dei requisiti tecnologici emersi man mano durante i lavori. Ricoh è dunque un partner importante con cui ci confrontiamo costantemente per introdurre un’innovazione fortemente integrata alla nostra cultura aziendale”.



Marco Biglietto
Responsabile Acquisti e Servizi Generali
Edenred