

Lexmark, una nuova sede eco-sostenibile

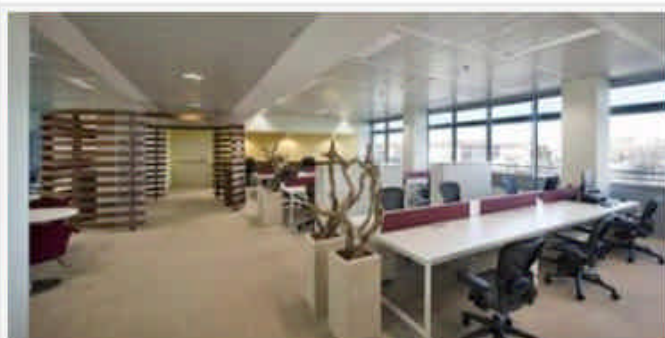
In Milano, la nuova sede di Lexmark sposa la filosofia eco-sostenibile e vuole essere un punto di incontro per mostrare le tecnologie e il modo di lavorare a clienti e partner

Publicato il 9 Marzo 2010 alle 18:13 da Emanuela Teruzzi

[Nessun commento](#)

Luminosa, spaziosa, funzionale. La nuova sede di **Lexmark** – che da Segrate ha deciso di spostarsi in Milano – ripropone i temi della responsabilità sociale che Lexmark da anni cavalca, in ambito **eco-sostenibile** e di risparmio energetico. *“Siamo nei nuovi uffici dall’11 di gennaio – racconta **Massimiliano Tedeschi**, amministratore delegato dell’azienda – messi a punto dopo un lavoro durato più di un anno, durante il quale un team di dipendenti ha coadiuvato le scelte dei progettisti e designer dello studio Progetto CMR”.*

All’insegna dell’ambiente, sono stati creati gli **spazi denominati terra, acqua, ghiaccio, foresta e oasi** con la scelta di materiali dal basso impatto ambientale, non nocivi, con utilizzo di vetro riciclato e arredi in legno proveniente da foreste certificate, cioè gestite in modo sostenibile dal punto di vista ecologico. *“La sede è in grado di ospitare **una settantina di dipendenti**, ma nell’ottica dell’azienda moderna, non abbiamo creato postazioni fisse per molti ruoli, in quanto vogliamo che le persone lavorino in gruppo a seconda dei progetti e che spendano molto del loro tempo presso i clienti e i partner – racconta Tedeschi -. **Questo ufficio vuole essere un punto di incontro per clienti e partner: non a caso tutte le pareti sono scorrevoli e permettono di creare ampie sale dove organizzare riunioni con un numero significativo di persone”.***



La nuova sede di Lexmark Italia, in via Spadolini 5 a Milano

La sede vuole essere anche uno **“showcase”** per mostrare ai partner le tecnologie Lexmark, raccolte in aree funzionali per evitare sprechi di stampe tra i dipendenti e ottimizzare i costi: **un modello replicabile** anche presso le aziende clienti.

“Il 2009 è stato un anno difficile – precisa Tedeschi - ma il primo trimestre del 2010 sta andando bene, con segnali incoraggianti da parte di molti clienti. Non mi sento però di dire che la crisi del mercato sia già finita”.