

di Luca Signorin

IL BREVE PASSO DAL WELFARE AL WELLNESS



Come dovrebbe innovare l'azienda per evitare la "diaspora dei dipendenti"? I collaboratori devono stare bene sul posto di lavoro

Il contesto in cui viviamo guarda con attenzione al welfare che si sta palesando come una necessità ineludibile nei contratti da lavoro in tutti i livelli ed in stretta relazione con il ruolo ed alla funzione ricoperta. Quindi se in passato era visto come un benefit, ora diventa parte integrante di una relazione professionale continuativa.

Quello che emerge con il fenomeno della "great resignation" è che una buona politica di gestione ed incentivazione del personale non è più sufficiente. Serve altro e soprattutto serve un cambiamento anche in questo settore.

Partendo dalla necessità primaria dello "stare bene", il primo passaggio richiede di cercare un nuovo significato che può essere supportato dalla nuova definizione di "wellness aziendale". Nello specifico, con welfare si identifica tutte quelle iniziative che veicolano servizi che garantiscono sicurezza e benessere dei lavoratori, mentre con il nuovo termine ci si eleva con il significato di stato di piena salute, fisica e mentale, e proiettati verso una maggiore qualità della vita.

Il tutto può sembrare una morale utopistica che rincorre una nuova visione del lavoro come strumento per accrescere il proprio benessere e non come elemento negativo di privazione del tempo e dello spazio.

Idee concrete per il wellness aziendale

Inizialmente si potrebbe pensare che la restituzione del tempo potrebbe essere la moneta su cui fondare il nuovo paradigma di ristrutturazione del mercato del lavoro. Smartworking e Flexing Time sono strumenti già normati e disponibili, ed aziende virtuose li hanno adottati per mettere le basi di quello che viene sempre più richiesto: il worklife balance. Ma sono sufficienti ad evitare il fuggi-fuggi?

No. Offrire il controllo del tempo non è sufficiente, ragione per cui sono necessari servizi innovativi e personalizzati che vanno incontro alle esigenze specifiche del singolo.

Occorre quindi rivedere i tradizionali strumenti come ad esempio i buoni per gli acquisti, gli esercizi convenzionati (negozi, palestre ecc.), gli incentivi economici e altri strumenti focalizzandoli sulla territorialità e favorendo la filiera corta.

Inoltre l'idea di "wellness" passa anche per una

riorganizzazione degli spazi che consentano flessibilità, modularità e supporto alla produttività, in antitesi con la postazione fissa, cui si aggiungono luoghi in cui avere sufficiente privacy per gestire le faccende personali.

Per contrastare il disagio della fossilizzazione del proprio lavoro, potrebbero essere di aiuto percorsi di formazione personale che offrano opportunità di crescita o miglioramento della propria condizione lavorativa, oppure corsi che amplino e stimolino le attitudini personali (fotografia, grafica, public speaking, scrittura, ecc.).

Anche altri servizi come locker, armadietti dove ricevere la spesa o i propri acquisti on line potrebbero essere di supporto alla gestione della propria quotidianità.

Questi sono solo alcuni esempi di come potrebbe essere reinventato il welfare aziendale, non solo mettendo al centro i lavoratori ma anche aprendosi verso la comunità.

Nel nuovo contesto che si va delineando l'azienda dovrebbe evolvere in una organizzazione che non persegue solo obiettivi di business, ma che punta anche alla creazione di valore per il territorio in cui opera, diventando un punto di riferimento ed un luogo dove trovare concretamente un equilibrio che favorisca lo "stare bene".

In altre parole, il "wellness" aziendale oltre ad essere un mezzo per incentivare la produttività diventa parte attiva ed integrante della catena del valore come cambiamento ed innovazione della qualità della vita.

"La vera ricchezza sta in una mente serena." (Maometto)

***Luca Signorin**

Account Manager and Consultant

www.linkedin.com/in/luca-signorin/

