

Se l'azienda paga lo yoga¹

Quando si fa riferimento al concetto di valorizzazione delle risorse umane automaticamente si pensa a qualcosa del tipo coinvolgimento decisionale dei dipendenti, incentivazione meritocratica, corsi di formazione e aggiornamento. Si tratta indubbiamente di politiche aziendali "lodevoli", ma non hanno di certo la musicalità di concetti quali i baby sitting gratuiti, i servizi di tintoria pronta consegna, la spesa imbustata da ritirare, la palestra, i massaggi, la seduta yoga, i biglietti riservati a teatro. E tutto senza uscire dall'ufficio e a spese dell'azienda.

Benefit concreti, tangibili, che le aziende sempre più spesso offrono, senza distinzione, ai top manager come ai semplici impiegati. Dal punto di vista aziendale questo significa fidelizzare il personale, contrastare il turn over, limitare le assenze per malattia, incentivare la creatività. Tradotto in soldoni, significa alzare o, almeno tentare di farlo, il livello di produttività, acquistando pacchetti di servizi tutto sommato accessibili, oltre che scaricarli in bilancio: chiavi in mano si va dai 500 ai 700 euro a dipendente.

Dall'altra parte, per i destinatari di queste politiche, che rispetto ai *fringe benefit* tradizionali giocano un campionato di categoria superiore, queste "carinerie aziendali" in molti casi si traducono in giornate meno affannose, occasioni di svago, un miglioramento sensibile della qualità del tempo per chi deve conciliare carriera e vita personale/sociale.

Tali affermazioni trovano riscontro in numerosi studi e statistiche, come quelli del Great Place To Work Institute che valuta - dal 1980 negli USA e da tre anni anche in Italia - il grado di soddisfazione dei dipendenti. La ricerca viene svolta nel modo che segue: ad un centinaio di imprese del nostro Paese vengono distribuiti, ad ogni livello, questionari che permettono all'istituto di stilare una sorta di Guida Michelin dei posti di lavoro, compilando una pagella che tiene conto di parametri come la qualità dell'ambiente, la flessibilità, l'equità della retribuzione, il livello di *commitment*.

I dati forniti dal Great Place To Work Institute mostrano come il fatturato delle aziende "a cinque stelle", quelle cioè che, secondo i parametri di cui sopra, hanno più a cuore la soddisfazione dei propri dipendenti, siano cresciuti del 20% dal 2001.

In ogni modo il calcolo costi/benefici di queste politiche non può essere fatto solo in termini prettamente finanziari, ma anche e soprattutto psicologici, come sottolinea l'amministratore delegato di Microsoft Italia², Marco Comastri: "Negli ultimi 12 mesi abbiamo avviato una serie di iniziative. L'ultima è l'asilo nido inaugurato lo scorso marzo e aperto a 60 bambini tra figli di dipendenti e abitanti di Segrate. Non dover fare la staffetta per portare i figli dall'altra parte della città è un miglioramento decisivo della qualità della vita, senza contare che anche nei momenti di pausa si può trascorrere del tempo con i figli". Oltre al nido, chi lavora in Microsoft ha ricevuto un pacchetto regalo di *information technology*, come gli *smart phone* o la linea ADSL a casa, ed un programma per il check-up medico gratuito. "In più portiamo avanti un'attività di screening sugli aspetti che possono influenzare la salute dei dipendenti in un ambiente in cui si lavora a continuo contatto con il monitor". Non solo filantropia ma strategia mirata, ammette l'amministratore delegato, perché "la flessibilità dei dipendenti ci permette di cogliere al meglio le opportunità di un mercato dinamico come è quello in cui operiamo. Siamo convinti di aver speso benissimo i nostri soldi e ce ne dà conferma la ricerca che sistematicamente conduciamo per conoscere la soddisfazione interna: nell'area del *work life balance*, ossia quel bilancio tra vita personale e professionale che poi incide sulla motivazione. Nel 2003 abbiamo avuto un aumento del 15%".

Oltre ai dati è l'intuito a suggerire che una persona va più volentieri in un ufficio in cui qualcuno è pagato per pensare a come farla sentire a suo agio. In Italia i primi a poter guardare in faccia i lavoratori dicendo "stiamo lavorando per voi" sono quelli di Eudaimon, una società di servizi alla persona nata nel 2002 proprio per offrire alle aziende pacchetti di benessere tutto compreso. Oggi

¹ a cura di G. Mangia, Università di Napoli, Federico II Facoltà di Economia

² Nella classifica del GPTW, Microsoft si è piazzata sul podio come posto di lavoro ideale, seconda solo al marchio di fitness Technogym.

ha una dozzina di clienti tra cui Nokia, Tim e Martini. E' chiaro che per lo più si tratta di grandi gruppi sensibili a questo approccio culturale e disposti ad aggiungere una nuova voce nella categoria uscite. Lo spiega bene l'amministratore delegato Alberto Perfumo: "All'inizio il problema è quello di presentare la questione: si tratta di spingere gli imprenditori a fare ulteriori investimenti ed ad assumersi ulteriori responsabilità. Una volta recepita l'idea si procede caso per caso, perché il messaggio che l'azienda vuol far passare è quello di un'attenzione reale alle esigenze del personale, e dunque i servizi devono essere studiati su misura. Le risposte devono essere vissute come adeguate, perciò conduciamo dei focus group e anche in seguito verificiamo costantemente il gradimento".

L'area dei servizi Time Utility (per evitare di sprecare il tempo libero tra una commissione e l'altra) è, secondo l'amministratore delegato di Eudaimon, è quella che incontra il successo maggiore. Rientrano in questa categoria tutte quei piccoli grandi impegni che vanno dalla spesa alla lavanderia, dalle riparazioni di sartoria alle pratiche amministrative, fino alla manutenzione dell'auto. E' un tipo di benefit che da un lato trova il favore dei destinatari, dall'altro piace all'azienda, in quanto comporta minori rischi: è meno impegnativo prendersi cura di un abito che di un bambino di due anni. Il quale bambino, peraltro, rientra tra i beneficiari dei servizi alla famiglia, che vanno dagli asili nido ai campus estivi, dalla disponibilità di baby sitter a quella di fisioterapisti per gli anziani (in alcune aziende dove è alta l'età media dei dipendenti, potrebbe essere più sentito il problema dei genitori a carico rispetto a quello dei figli).

Il terzo fronte è quello delle conseguenze in campo fiscale, medico e psicologico. "Inizialmente erogavamo servizi on-line - spiega Perfumo - con una applicazione internet attraverso cui i dipendenti, con piena tutela della privacy, ponevano le loro domande agli specialisti. Adesso stiamo cercando di organizzare anche la presenza fisica in azienda, un paio di volte la settimana, di avvocato e commercialista.

Infine il gettonatissimo investimento in tema di benessere fisico e psicologico: si è partiti con la palestra e si è arrivati ad un'intera area relax. L'azienda mette a disposizione gli spazi e si ritrova con una struttura che comprende personal trainer, dietologi, insegnanti di yoga e così via.

Non sempre lavorare stanca, può persino migliorare la salute.