

Palestre e abbonamenti ora le aziende vogliono dipendenti "in forma"

ADDIO TELEFONINI E AUTO IN LEASING. I NUOVI BENEFIT AZIENDALI STRIZZANO UN OCCHIO A SPIRITUALITÀ E BENESSERE. UNA RICERCA TOP EMPLOYERS INSTITUTE RIVELA CHE IL 76% DELLE IMPRESE SI PREOCCUPA DELLA SALUTE E DELL'EQUILIBRIO PSICOFISICO DEI PROPRI LAVORATORI
Irene Maria Scallio

Roma

Addio telefonini e auto in leasing. I nuovi benefit aziendali sono sempre più immateriali e strizzano un occhio a spiritualità e benessere. Una recente ricerca Top Employers Institute rivela come il 76% delle imprese si preoccupa dell'equilibrio fisico dei dipendenti. In che modo? Offrendo palestre e counseling. Nuovi fringe benefit che entusiasmano i dipendenti improvvisamente trasformati in energici e produttivi. La ricerca Top Employers fotografa una cultura della salute aziendale in continua evoluzione: il 71% propone pacchetti benessere con opzioni che oscillano da programmi fitness a corsi di yoga, massaggi e incontri con il nutrizionista. Tra i più attenti alla salute, indubbiamente, ci sono gli americani. Secondo un sondaggio del 2016, infatti, un quarto delle aziende statunitensi hanno un centro fitness. Ma anche da noi le aziende con palestra annessa sono sempre di più. American Express ha inaugurato un wellness center nella nuova sede romana. «Si tratta di un'area dove più di mille lavoratori possono dedicarsi al benessere attraverso dei corsi personalizzati in base alle loro esigenze», spiega Melissa Peretti, country manager American Express Italia. E non poteva mancare la palestra aziendale in Technogym: un vero centro sportivo di 3500 metri quadrati che fornisce consulenze con perso-

nal trainer e lezioni di Tai Chi, Group Cycling e Functional Training. La multinazionale americana Sas, per la sede milanese, ha sdoganato una palestra di 200 metri quadrati con macchine isotoniche ma, soprattutto, attrezzature utili per la correzione della postura. Palestra interna (con sauna) anche per la casa farmaceutica Eli Lilly di Sesto Fiorentino e per la Unicredit di Milano. Sempre a Milano chi lavora per Microsoft può allenarsi in una sala da ginnastica aperta sino alle 22, un campo di calcetto e un percorso running. Mentre Elica ha inaugurato uno spazio fitness disponibile anche per gli stagisti.

Ma l'abitudine alla ginnastica in ufficio non è così naturale per tutti. Anzi. Imbarazzi e timidezze sono più che comprensibili. Un articolo del Wall Street Journal, intitolato *The Etiquette Minefield at the Company Gym*, affronta i problemi legati al galateo dello sport al lavoro. Perché se è vantaggioso avere una palestra a pochi passi dalla scrivania, può essere imbarazzante ritrovarsi

a sudare copiosamente fianco a fianco con il proprio capo. Ancora più complicato il dress code (per così dire) imposto da quelle realtà del nord Europa che hanno inserito la sauna tra la sala riunioni e i vari uffici. Un articolo sulla BBC ha recentemente sollevato il "sauna pensiero". Per Katarina Styrman, chief executive officer di The Finnish Sauna Society di Helsinki: «È normale andare in sauna con il capo perché ci si dovrebbe dimenticare di titoli e stipendi». Sempre nella civile nord Europa, la Nokia ha addirittura tre saune nelle sedi principali. Le usa regolarmente Finn Tommi Uitto, vicepresidente senior delle vendite di prodotti: «Nella sauna non ci sono titoli e non ci sono vestiti, ma soprattutto non ci sono ego. Siete soli con i vostri pensieri e le vostre parole e lo stesso vale per l'altra persona».

Sarà anti ego, nicchiano però gli impiegati più riservati, ma l'imbarazzo rimane. E allora per molte imprese la soluzione ottimale si sta rivelando un punto sportivo (convenzionato) fuori dal lavoro. Lo sa bene il manager Chip Bergh che per anni (quando era ai vertici di Procter & Gamble) si è allenato nella pa-

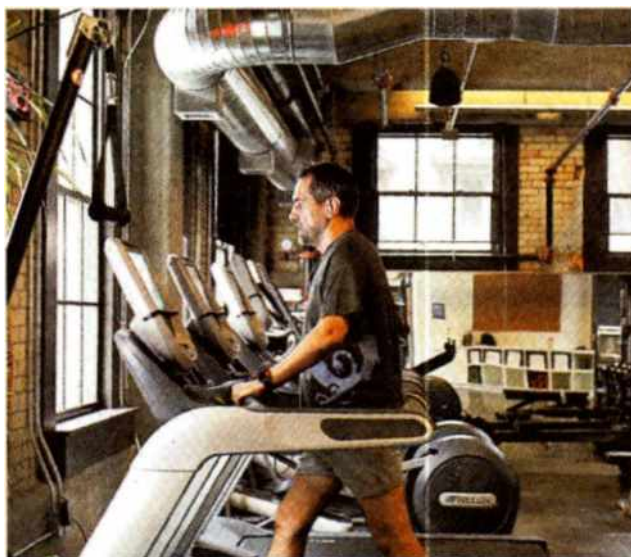
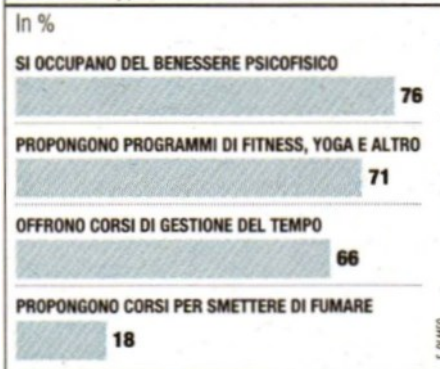


lestra della multinazionale portandosi da casa un asciugamano e usando la stanza delle pulizie come spogliatoio. Forte della sua esperienza Borgh, ora Ceo in Levis Strauss & Co, ha immediatamente scartato l'idea di costruire una palestra interna (anche per motivi di costi) ed ha offerto ai dipendenti un abbonamento in un super club vicino all'azienda per soli 50 dollari. Il luogo non muta però la sostanza. Bergh ha confermato che fare esercizio: «Rende i dipendenti più felici e più impegnati». Per tutti i timidi di ritorno c'è oggi una buona notizia. Da settembre è arrivata in Italia Gympass. Fondata nel 2012 a San Paolo è tra le realtà più importanti nel settore del benefit aziendale a favore della salute. Il servizio Gympass permette di accedere, tramite una tessera "universale" a 650 palestre in 300 città italiane ed è ideale per tutte le aziende che vogliono investire sul benessere dei dipendenti senza sobbarcarsi i costi (e la manutenzione) di una palestra in ufficio. «La nostra formula permette ai dipendenti di accedere ad un network globale senza problemi di iscrizioni e ad un prezzo che va dai 10 ai 50 euro al mese - spiega Rodrigo Silveira country manger Italia - in più non ci sono scuse di traffico perché sicuramente troveranno un indirizzo vicino a casa o al lavoro». Di più: «La nota non è più una scusa perché si possono variare le attività tra nuoto, ginnastica, pesi, yoga, pilates e circa 300 discipline innovative». Il risultato? «Le aziende che hanno aderito ci confermano che la loro popolazione sportiva è triplicata e, soprattutto, il 70% degli iscritti sono neofiti che in passato non avevano mai fatto sport».

Anche in Fastweb si è scelta una terza via: portare i lavoratori fuori dall'ufficio facendoli correre all'aperto. È stato così lanciato un programma basato sul running: in meno di 3 giorni più di 250 persone hanno aderito al #RunHappyCrew. «La corsa unisce benessere, formazione e motivazione, ma non solo. Correre insieme agli altri significa scoprire emozioni nuove, e contribuisce a far crescere la connessione e la collaborazione tra le persone - spiega Alberto Calcagno, amministratore delegato di Fastweb e grande appassionato di corsa - vogliamo introdurre la corsa con un programma strutturato per runner».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BENESSERE, I PROGRAMMI DELLE AZIENDE



Alberto Calcagno (1), amministratore delegato di Fastweb; **Melissa Peretti** (2), ad di American Express Italia

