

# RAPPORTO WELFARE AZIENDALE

Con la collaborazione tecnica di Progetica

## Piani per le donne e care manager, al via i servizi personalizzati

Il welfare aziendale risponde a bisogni rilevanti, legati ai figli, alla salute, alla stabilità economica ed alla fine, al lavoro. Secondo un dato della Società Italiana di Psichiatria, un lavoratore su cinque soffre di stress da lavoro e tra loro vi sono molte donne, schiacciate tra desiderio di crescita professionale, accudimento dei figli e cura dei genitori anziani. **Alberto Perfumo**, amministratore delegato di Eudaimon, che in gennaio ha presentato il 1° Rapporto sul welfare aziendale realizzato con Censis, spiega che «il 53,8% dei lavoratori vorrebbe avere tutele per la salute e per la vecchiaia, intesa sia come previdenza che come non autosufficienza. Inoltre, tra i Millennials (18-34 anni) spicca l'interesse per servizi dedicati ai figli e alla loro cura, a cuore al 28,7% di loro. Per il 74,8% dei lavoratori italiani il welfare pesa in modo consistente sul bilancio della propria famiglia, sino a diventare in alcuni casi una minaccia per la sostenibilità economica della famiglia stessa. Emerge inoltre che per restare nel mercato del lavoro le donne hanno sempre più bisogno di servizi personalizzati che consentano di organizzare al meglio il rapporto tra tempo di lavoro professionale e tempo di lavoro familiare». Per far fronte a tutte queste necessità la stessa Eudaimon ha sviluppato un nuovo servizio, ALTUOFIANCO, che supporta proprio i lavoratori nella gestione delle situazioni di fragilità familiari (necessità socio-assistenziali personali e dei familiari, bisogni educativi dei propri figli, disorientamento nella gestione di situazioni) attraverso l'intervento di un tutor, un care manager che definisce un sostegno personalizzato e misurato al bisogno, alle caratteristiche e agli orari richiesti.

Le aree di intervento del welfare aziendale rispondono dunque ad esigenze concrete e multiformi. È possibile trovare servizi orientati a risparmio dei costi, risparmi di tempo, conciliazione vita-lavoro, servizi di cura e prevenzione, sviluppo culturale e personale. A partire dall'analisi dei bisogni della propria popolazione, le aziende compongono il mix più adatto all'organizzazione, fornendo direttamente ai dipendenti prodotti e servizi, o avvalendosi di strutture esterne. I servizi, come detto, proteggono o promuovono. I servizi di promozione comprendono vari esempi virtuosi. Ad esempio, un'azienda bresciana ha realizzato un asilo multifunzionale, aperto dalle 6 alle 22, e utilizzato come scuola materna, nido, doposcuola, centro di socialità per ragazzi e anziani, spazio per le feste di famiglia, eventi artistici e ricreativi. Un ospedale privato di Ravenna, invece, ha definito che ogni lavoratore che sceglie di recarsi al lavoro a piedi o in bicicletta riceve un permesso retribuito in minuti, in funzione della distanza tra abitazione e luogo di lavoro. Incrociando l'elenco dei dipendenti che hanno aderito con quelli che non si assentano per malattia, si sono evidenziate forti relazioni. Coloro che hanno aderito al progetto

sono risultati essere più motivati, soddisfatti e produttivi: il welfare aziendale, che ieri proteggeva, oggi svolge anche il ruolo di promotore di benessere. (riproduzione riservata)



Alberto Perfumo  
a.d. di Eudaimon

