

Alla ricerca del Corporate Wellness: il Think Tank

Cos'è il Corporate Wellness e
come implementarlo in azienda?



Una guida pratica per tutti i professionisti e professioniste del mondo HR
interessati a implementare soluzioni per il benessere delle proprie persone.

Indice

1. Introduzione	pp. 5-6
2. Lo stato dell'arte	pp. 7-8
3. Identificazione dell'obiettivo	pp. 9-11
4. Definizione del contesto	pp. 12-13
5. Ricerca delle opportunità	pp. 14-16
6. Immaginare soluzioni	pp. 17-18
Ringraziamenti	pp. 20

Trainect è l'azienda che aiuta te, il tuo team e i tuoi colleghi ad aumentare e monitorare il benessere psico-fisico, l'affiatamento e la produttività.

Abbiamo sviluppato uno spazio digitale dove poter mettere a disposizione della community HR risorse, contenuti, eventi, webinar e tanto altro per portare il Corporate Wellness all'interno delle aziende.

Visita trainect.it.



1.

Introduzione

L'obiettivo del Think Tank e la metodologia utilizzata.

Corporate Wellness, un concetto di cui si sente sempre più spesso parlare, ma dai **contorni ancora poco chiari** e definiti.

Cos'è il Corporate Wellness e quali sono i suoi elementi imprescindibili?

Chi ne dovrebbe avere la responsabilità in azienda?

Che differenza c'è con il welfare o il well being?

Come costruire e mantenere un'azienda realmente attenta a questo tema?

Quanto incidono le attività di Corporate Wellness nel rapporto tra azienda e employee?

Sono queste le domande principali che ci siamo posti e a cui abbiamo voluto cercare di rispondere, durante **il focus group organizzato da Trainect**: "Alla ricerca del Corporate Wellness: il Think Tank".

Dato che il concetto di Corporate Wellness è qualcosa che si sta concettualmente, praticamente e strategicamente costruendo in

questo momento, l'approccio che ci è sembrato più utile allo scopo di trovare una definizione comune, è stato **un approccio pratico, in divenire ma soprattutto fortemente collaborativo**.

Durante il nostro incontro infatti abbiamo coinvolto alcune professioniste del mondo HR provenienti da contesti organizzativi diversi tra loro e attraverso alcune attività ispirate al Design Thinking abbiamo cercato di **individuare una definizione comune di Corpora-**

te Wellness e best practice collettive da condividere. La metodologia utilizzata è stata quella della Co-Progettazione o anche “design partecipativo”, ovvero un approccio che coinvolge un gruppo di stakeholder nella fase di generazione di idee e di progettazione di un concept, un prodotto, un servizio o in questo caso una strategia, con lo scopo di condividere i saperi e le esperienze di tutti e tutte e definire insieme le linee guida di un progetto.

Il risultato emerso è una guida pratica e concreta per tutti e tutte le HR che vogliono avvicinarsi al concetto di Corporate Wellness e che **vogliono scoprire di più su come implementare soluzioni**

legate al benessere all'interno della propria azienda e per le proprie persone.

All'interno di questa guida troverai prima di tutto degli spunti e delle riflessioni sul perchè è fondamentale in questo momento più che mai, dare attenzione al tema del benessere organizzativo, dopo di che **scoprirai quali azioni e strategie mettere in pratica** per portare soluzioni di wellness all'interno del tuo contesto.





2. Lo stato dell'arte

Le aziende quanto sanno di Corporate Wellness oggi?

Per Corporate Wellness, o in italiano, benessere organizzativo, si intende la capacità di un'organizzazione di promuovere e mantenere il benessere fisico, psicologico e sociale di tutte le lavoratrici e di tutti i lavoratori che operano al suo interno.

circolazione delle informazioni, la flessibilità e la fiducia delle persone sono tutti elementi che portano a migliorare la salute mentale e fisica di lavoratori e lavoratrici, la soddisfazione degli utenti e, in via finale, ad aumentare la produttività.

Studi e ricerche sulle organizzazioni hanno dimostrato che **le strutture più efficienti sono quelle con persone soddisfatte** e un "clima interno" sereno e partecipativo. La motivazione, la collaborazione, il coinvolgimento, la corretta

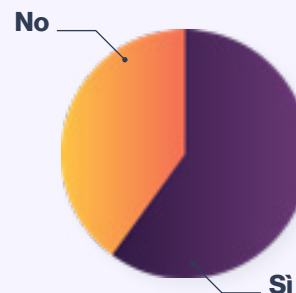
Lidia Mascio, *Talent Acquisition @Join*

"È fondamentale che ci sia il commitment iniziale del CEO perchè introdurre soluzioni di Corporate Wellness deve essere prima di tutto una scelta a livello di cultura aziendale."

Qualche dato.

1. Hai mai sentito parlare di Corporate Wellness?

Il 60% del totale aveva già sentito parlare di Corporate Wellness.

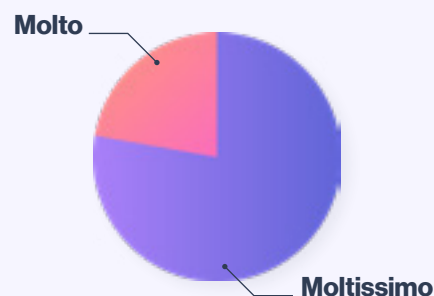


2. Secondo te è corretto portare il tema del benessere all'interno del contesto lavorativo?

Sì per il 100% del totale delle persone che hanno partecipato all'iniziativa.

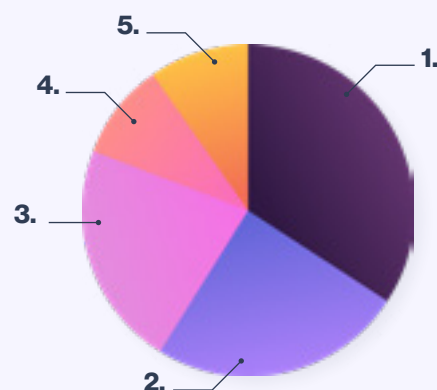
3. Quanto ritieni importante che l'azienda si occupi del benessere delle proprie persone?

Il 78% ha risposto "moltissimo", il restante 22% ha risposto "molto".



4. Secondo te all'interno dell'azienda chi dovrebbe avere la responsabilità del benessere delle persone?

1. 47% People manager
2. 34% CEO/Founder
3. 30% Ogni manager
4. 13% Ognuno/a per se stesso/a
5. 13% Un ruolo specifico





3. Identificazione dell'obiettivo

Perchè implementare soluzioni di Corporate Wellness?

La prima cosa da chiedersi, nel momento in cui stiamo prendendo in considerazione l'idea di implementare soluzioni di Corporate Wellness è: perchè farlo? **Quali sono i vantaggi che possono derivare all'azienda e alle persone che l'abitano?**

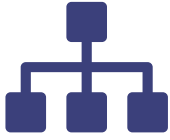
Le risposte emerse durante il Think Tank sono piuttosto eterogenee e questo dimostra proprio quanto soluzioni legate al benessere possano avere una portata molto ampia all'interno del nostro contesto organizza-

tivo.

Vediamo nella pagina di seguito le principali motivazioni per cui è fondamentale implementare soluzioni di Corporate Wellness.

Giada Greco, *People&Culture Manager @Jagaad*

"Il Corporate Wellness è fondamentale per venire incontro ad un contesto VUCA, nell'era della Disruption il lavoro sta mutando verso qualcosa di completamente diverso, quindi anche il modo di fare HR deve cambiare drasticamente e rivolgersi in primis alle persone e al loro benessere."



1.
Il Corporate Wellness permette di abbattere la gerarchia, i reparti e gli obiettivi.



2.
Il beneficio che se ne trae è complessivo, in quanto riguarda sia le persone che di conseguenza l'azienda.



3.
Dopo la pandemia, diventano fondamentali le strategie per migliorare il work-life balance e lavorare bene.



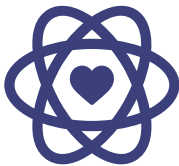
4.
La concezione del lavoro è cambiata: ora è un luogo di possibile realizzazione della propria esistenza.



5.
L'evoluzione del mondo del lavoro influisce sulla salute mentale, fisica ed emotiva dei e delle dipendenti.



6.
Le aziende ricercano persone motivate che sentano attinenza tra i propri valori personali e quelli aziendali.



7.
Le soluzioni di Corporate Wellness aiutano a veicolare il valore sulla persona, più che sulla risorsa.

Dal Think Tank e dagli interventi di tutte le persone che hanno partecipato è emerso chiaramente che implementare soluzioni legate al benessere può avere impatto su diverse aree dell'Employee Experience e più in generale, su tutta l'organizzazione e le sue persone.

Vediamo nella pagina successiva alcuni esempi.



Per il team building:

- Aiuta a migliorare la collaborazione, stimolando le relazioni tra colleghi e colleghe.
- Crea solidarietà e fiducia reciproci.
- Facilita la relazione tra funzioni e generazioni diverse.
- Lo accresce proponendo attività e soluzioni differenti e innovative.



Per il people engagement:

- Facilita la creazione di un senso di appartenenza.
- Ha comprovati risultati sull'aumento della produttività.
- Diminuisce l'assenteismo.
- Aumenta la motivazione e l'attenzione su cosa si sta facendo.



Per il people retention:

- Aumenta l'employer branding, soprattutto rivolto alle generazioni più giovani.
- Influisce sulla diminuzione del turn over creando un rapporto con l'azienda che esula dal rapporto economico.
- Supporta la talent attraction essendo una soluzione innovativa e people focused.

Gli aspetti positivi...

In generale, quindi, implementare soluzioni di Corporate Wellness porterebbe vantaggi sia alle persone che all'azienda stessa.

Per le persone:

- Si vede l'azienda come un interlocutore attento a restituire valore per le persone.
- Crea maggiore senso di appartenenza.
- Accresce la stima e la fiducia dell'employee.
- Le persone si sentono parte di qualcosa e ciò sfocia nell'appagamento personale.
- Si percepisce l'importanza del tema "prendersi cura di sé", in una relazione di circolarità e scambio

Per l'azienda:

- Valorizzabile come un benefit dedicato alle proprie persone.
- Trasmette aspetti che la rendono un posto unico ed ambito agli occhi sia di chi ci lavora oggi sia di chi ci lavorerà domani.
- Un immediato impatto positivo sull'employee experience.
- Aumento della produttività e ROI elevato.
- Si creano obiettivi comuni non solo legati al business con un livello di engagement più alto.





4.

Definizione del contesto

Quali sono i principali ostacoli nell'implementare delle soluzioni di Corporate Wellness?

L'implementazione di una strategia di successo non può prescindere da un'accurata **analisi di quelli che possono essere i principali ostacoli** che potremmo incontrare. Nel nostro caso specifico abbiamo posto l'attenzione sulle criticità che ci potremmo trovare di fronte nel caso in cui volessimo implementare una soluzione di Corporate Wellness.

Isabella Liboni, *stud.ssa in Mgmt e Strategia d'Impresa*

"E' molto importante secondo me valutare che impatto ha l'applicazione di un piano di wellness nei confronti dei lavoratori."

Ecco, nella pagina seguente, quelle identificate dal nostro Think Tank.



Risorse:

1. economiche;
 2. di tempo;
 3. comunicative.
- Il solito budget allocato per altre cose “più importanti”.
 - Non si valutano i benefici di queste attività, ma solo i costi.
 - Mancanza dei giusti mezzi di comunicazione all'interno dell'azienda che non permettono una giusta espansione delle soluzioni.
 - Poca consapevolezza in merito all'argomento.



Persone:

1. engagement delle persone e diffidenza nei confini troppo labili tra vita privata e lavoro;
 2. cultura aziendale non pronta.
- Potrebbe esserci un basso livello di engagement da parte delle persone, è difficile coinvolgere le persone.
 - Si potrebbe avere una volontà di distacco totale tra vita privata e lavoro, che genera poca partecipazione anche su attività potenzialmente attrattive.
 - Non viene definito un responsabile decisionale.
 - Si ha paura dei giudizi.
 - Potrebbe esserci una resistenza ad attività di gruppo.



Contesto:

1. mancata consapevolezza dell'importanza di attività di questo tipo;
 2. assenza di una cultura aziendale condivisa sull'argomento;
 3. attivazione di soluzioni solo perchè al momento è concorrenziale.
- Cultura conservativa e poco aperta.
 - Il tema del Corporate Wellness non è considerato come priorità.
 - Le ore dedicate a questo tipo di attività tolgono tempo al lavoro e di conseguenza al fatturato.
 - L'ambiente stressante e caotico non permette di focalizzarsi sul benessere.
 - Assenza di ricerche e studi sulle iniziative da promuovere.
 - Mancanza di una cultura aziendale del benessere condivisa.
 - Attività già esistenti che escludono le attività proposte all'interno dell'azienda ma introdotte senza una strategia.



5. Ricerca delle opportunità

Quali sono le strategie/azioni da mettere in campo per implementare soluzioni di Corporate Wellness?

Una volta che abbiamo chiarito le motivazioni che ci spingono ad attivare soluzioni di Corporate Wellness e che abbiamo preso consapevolezza di quelle che possono essere le difficoltà che potremmo incontrare, **è il momento di pianificare le azioni da mettere in campo**, non solo prima, ma durante e soprattutto dopo tutto il processo.

Vediamo qui di seguito le principali emerse durante il Think Tank:

Veronica Gervasoni, HR Specialist @ARGOMM

“Soprattutto nel momento in cui ci avviciniamo a cose nuove è importante non perdere l'attenzione sulla curiosità, sul mantenere un approccio esplorativo, fondamentale in ogni fase di una nuova strategia.”



Prima:

- Adottare un approccio sperimentale, facendo tanti test e monitorando i risultati
- Trovare e convalidare una definizione condivisa di cosa significa “benessere” per l’azienda ma soprattutto per le sue persone.
- Attuare un’analisi del contesto esterno per capire i trend.
- Attuare un’analisi di partenza sul benessere interno all’azienda.
- Coinvolgere il management per avere supporto operativo.
- Attuare delle survey per l’analisi del fabbisogno e capire le aree di interesse.



Durante:

- Adottare un approccio il più data-driven possibile per monitorare costantemente i risultati e le conseguenze.
- Monitorare il livello di engagement delle persone, capire su quali aspetti legati al tema “health” si deve lavorare maggiormente.
- Fornire soluzioni flessibili e programmi con un approccio “olistico” nei confronti del tema “health & wellness”.
- Avere il coraggio di tornare indietro e riprovare.
- Comunicare efficacemente: fornire informazioni puntuali e capillari su tutti i servizi a disposizione.
- Chiedere feedback, formali ma anche informali.
- Dare delle opzioni alle persone, organizzare brainstorming, renderle partecipi durante tutto il processo.
- Sensibilizzare costantemente sul tema del Corporate Wellness.



Dopo:

- Aumentare sempre di più la personalizzazione e l’approccio tailor made.
- Somministrare un questionario che indaghi i livelli di soddisfazione .
- Survey per capire quali sono stati i risvolti positivi e cosa può essere migliorato.
- Ascoltare realmente i suggerimenti e mostrare quando e come vengono messi in pratica.
- Mantenersi aggiornati sulle evoluzioni del contesto.
- Sottoporre dei case study di aziende che hanno un’ottima policy di Corporate Wellness.
- Creare continuità tra le iniziative proposte dall’azienda ed attività personali con persone all’esterno dell’azienda.
- Creare un metodo che consenta al dipendente di proporre l’aggiunta di servizi futuri.

Alcuni altri aspetti comuni a tutti e tre i momenti di ricerca.

Un suggerimento molto valido uscito durante il workshop è stato quello di individuare dei Wellness Ambassador: delle figure su cui puntare e che per tutta la messa in atto della strategia o dell'implementazione delle soluzioni, si facciano promotrici di questa nuova cultura in azienda e che aiutino a tradurre il suo significato in ogni funzione e team dell'organizzazione.

Potrebbe essere utile nelle fasi preliminari individuare i componenti del team o i dipendenti che si sono dimostrati più entusiasti all'idea di introdurre soluzioni di benessere, oppure quelli che hanno proattivamente

proposto delle alternative, o ancora che sono particolarmente legati al tema per interesse personale.

Figure di questo tipo infatti riusciranno a fungere da trainanti in maniera spontanea e sincera, coinvolgendo fin da subito gli altri e le altre colleghe.





6. Immaginare le soluzioni

Cos'è il Corporate Wellness e quali sono i suoi elementi imprescindibili?

In conclusione dunque, pare evidente che sia complesso dare una definizione univoca di Corporate Wellness, semplicemente perchè non esiste un'organizzazione uguale all'altra, proprio come non esistono due persone identiche.

Dunque ogni contesto deve trovare la propria e accogliere sotto di sé collaboratori, collaboratrici, stakeholder, manager e clienti che la condividano.

Quello che per certo è emerso, è che ci sono alcu-

ni elementi fondativi e fondamentali come **la motivazione, la collaborazione, il coinvolgimento, la corretta condivisione delle informazioni, la flessibilità e la fiducia delle persone** che sono tutti elementi che portano a migliorare la salute mentale e fisica dei lavoratori, la soddisfazione degli utenti e, in via finale, ad aumentare la produttività. In poche parole gli elementi imprescindibili del Corporate Wellness.

Vediamo nella pagina successiva i principali elementi

emersi durante il Think Tank.

Gli elementi imprescindibili del Corporate Wellness



La condivisione del concetto di cura di sé, che prevede la possibilità di capire cosa si desidera e di cosa si ha bisogno, attraverso un'analisi individuale, che riprende anche il concetto di fioritura. La cura di sé infatti va nutrita e coltivata nel tempo, proprio come la cultura del Benessere all'interno dell'organizzazione.

Il mind set del pensiero positivo: il positivo attrae il positivo, secondo la legge dell'attrazione. Dare un'immagine positiva di coinvolgimento può favorire la creazione di un circolo virtuoso, permettendo di sentirsi parte di un'azienda ma restando liberi, fare ciò che si ama sentendosi coinvolti il più possibile in un'opera comune.

L'ascolto attivo: non può esserci Corporate Wellness senza un costante, sincero e trasparente ascolto delle persone coinvolte. Si possono introdurre le soluzioni più innovative e costose del mercato, ma se non sono quelle di cui le persone hanno bisogno, i risultati non arriveranno mai.

Flessibilità e personalizzazione: il confine tra vita privata e professionale sta diventando sempre più labile, quindi bisogna offrire soluzioni sempre più flessibili e personalizzabili, perchè ognuno di noi ha esigenze completamente diverse, che cambiano nel tempo.

Condivisione: il Corporate Wellness deve coinvolgere più persone possibili, deve essere un obiettivo comune e condiviso, non solo all'interno dell'azienda ma anche e sempre di più anche con gli interlocutori esterni, gli stakeholder ed i partner, come un'onda positiva che si propaga.

Circularità: da un benessere individuale può scaturire un benessere collettivo che si dirama quasi in maniera spontanea anche al di fuori dei confini aziendali per atterrare sull'ambiente circostante.

Inclusività e accessibilità: concetti e attenzioni sempre più centrali, soprattutto per le generazioni più giovani e che non possono più non essere presi in considerazione.

Natura: gioca un ruolo fondamentale nel contesto di benessere ma difficilmente viene presa in considerazione all'interno di un'azienda. Un elemento del Corporate Wellness dovrebbe quindi includere l'attenzione all'ambiente e potrebbe per esempio prevedere la creazione o la tutela di spazi verdi per i tempi di pausa o per le attività di team building.

Se vuoi approfondire il tema del Corporate Wellness e capire come implementarlo nella tua azienda, prenota una consulenza gratuita con noi [qui](#).

Ringraziamenti.

Tutta Trainect ci tiene a ringraziare tutte le persone che hanno partecipato del workshop **Alla ricerca del Corporate Wellness: il Think Tank**, per avere fatto in modo che le loro riflessioni, punti di vista ed entusiasmo intorno al tema dessero vita a questo documento.

Si ringraziano:

- **Veronica Gervasoni**, HR Specialist @ARGOMM
- **Giada Greco**, People&Culture Manager @Jagaad
- **Isabella Liboni**, studentessa in Management e Strategia d'Impresa
- **Lidia Mascio**, Talent Acquisition Specialist @Join

Un ringraziamento particolare, inoltre, ad **Alice Manzoni**, membro prezioso del nostro team.

Il team di Trainect



© 2022 - Trainect s.r.l.

Via Calatafimi 21, 00185 RM