

Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze.

Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#).

Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

OK



Il Sole
24 ORE

ABBONATI

ACCEDI



“Best place to work”: cinque aziende

venete indagano il clima di lavoro

📅 6 luglio 2016 👤 Barbara Ganz 📁 Senza categoria



Esiste una **correlazione diretta tra il buon clima aziendale e i livelli di produttività di un'impresa**. E sempre più spesso le imprese si fanno carico di alcune delle necessità che i lavoratori manifestano nella loro vita di tutti i giorni. Istanze a cui – fino a qualche tempo fa – rispondeva lo Stato, e che oggi hanno una risposta alternativa: **il Welfare aziendale, cioè l'insieme di beni e servizi forniti dall'azienda ai propri collaboratori**, con l'obiettivo di aumentarne il benessere e di contribuire a rendere migliore il loro equilibrio tra lavoro e vita privata.

Confindustria Venezia Rovigo – in collaborazione con [Great Place to Work®](#) (società leader mondiale nell'analisi e nella valutazione di Best Workplaces) – nel 2015 ha promosso un progetto pilota, che restituisce una prima valutazione della situazione delle aziende. Hanno aderito in cinque: Colorificio San Marco (di Marcon, Venezia, già strutturata sul fronte welfare fra [piste ciclabili e cinema](#)); [Blue Jeans Lavanderie](#)

[Industriali](#) (di Cavarzere); [Gruppo H.n.h.](#) Hotels and Resorts (Venezia); [Iniziative Venete](#) (società di consulenza in ambito di outsourcing dei servizi, zona Tronchetto) e [Lafert Group](#) (progettazione, produzione e fornitura di Motori Elettrici (di San Donà).



Sono stati distribuiti 1.437 questionari, con 982 risposte ottenute (pari al 68%).

Quale risultato ha dato l'indagine?

Molto positiva la percezione, da parte di dipendenti e collaboratori, nei confronti dell'atteggiamento di "imparzialità" con cui vengono trattate

le persone dal punto di vista dell'origine etnica, dell'orientamento sessuale, della disabilità, delle pari opportunità e anche del valore dell'appartenenza all'azienda (orgoglio e sicurezza del posto di lavoro).

Più bassa, invece, la valutazione ottenuta dalle aziende rispetto agli strumenti di welfare che potrebbero essere adottati per venire incontro alle nuove esigenze: programmi culturali e ricreativi, servizi di supporto finanziario (tipo garanzie e contributo per mutui), supporto per l'assistenza sociale e familiare (dalle badanti ai nidi aziendali) e infine rispetto al reale ruolo del merito per la crescita professionale.





L'integrazione fra strumenti «soft» di gestione del personale – relativi alla qualità del clima organizzativo – e strumenti «hard» – relativi all'offerta di benefit e welfare aziendale – costituisce oggi **un fattore di competitività per le aziende, in grado di aumentarne l'efficienza e renderle maggiormente concorrenziali sui mercati internazionali**. Visto il lungo periodo di recessione economica trascorso, questo si sta inoltre dimostrando **un efficace metodo per migliorare le condizioni delle persone diminuendo, nel contempo, il costo del lavoro**.

Dall'analisi dei commenti emerge che **i punti di forza delle aziende del territorio sono principalmente: il senso di squadra tra colleghi; l'umanità e la disponibilità dei datori di lavoro; la regolarità nel pagamento degli stipendi; la competenza dei singoli responsabili tecnici; la dinamicità e l'orientamento all'innovazione dell'azienda e l'orgoglio per la qualità dei prodotti a cui si lavora**.

Buoni margini di miglioramento vengono individuati relativamente alla

collaborazione tra reparti e tra sedi; la gestione dei carichi di lavoro, e quindi dei riconoscimenti e dei meriti; atteggiamento di responsabili di reparto «che fanno il buono e il cattivo tempo»; le opportunità di formazione e di aggiornamento; la disponibilità di una mensa o di buoni pasto.

Infine, tra i servizi di welfare più “desiderati” dai dipendenti, risultano ai primi posti: la flessibilità oraria, specie per chi ha famiglia; la possibilità di avere premi di produzione; le convenzioni con strutture mediche e il rafforzamento di servizi logistici per gli spostamenti come i parcheggi aziendali e le convenzioni per i pendolari.

«Stiamo vivendo una nuova rivoluzione industriale (la “fabbrica intelligente”) ed è giusto che anche le relazioni industriali compiano un passo in avanti – commenta Matteo Zoppas, presidente di Confindustria Venezia Rovigo – La centralità della persona e la condivisione del valore, concorrono a rendere indispensabile inediti ed efficaci sistemi partecipativi, capaci di responsabilizzare e coinvolgere i collaboratori affinché contribuiscano al successo dell’impresa. Diverse sono le motivazioni alla base della diffusione del welfare aziendale: la volontà

di riequilibrare il rapporto tra il salario, la tassazione e una maggiore offerta di servizi; il tentativo di migliorare il rapporto fra impresa e lavoratori, rafforzando la collaborazione e favorendo la fidelizzazione del capitale umano, che rimane il bene più prezioso per un'azienda».

«Nelle aziende veneziane che hanno partecipato al progetto – ha aggiunto Alessandro Zollo, ad Great Place to Work® Italia – si notano le stesse luci e ombre delle aziende italiane in generale. Un grande orgoglio delle persone per il proprio lavoro e per i prodotti venduti, il senso di squadra e la disponibilità dei colleghi, la capacità e la credibilità del management. **C'è ancora da lavorare sul coordinamento delle persone, sulla meritocrazia e sul welfare.** In quest'ultimo caso direi che il Governo sta dando l'opportunità anche fiscale di investire, sarebbe probabilmente il caso di approfittarne».

PARTECIPA ALLA DISCUSSIONE

Nome *

Email *

Il tuo indirizzo email non verrà pubblicato

Sito web

Lascia un messaggio...

Disclaimer

Pubblica

[< Post Precedente](#)

[Post Successivo >](#)



POST RECENTI

13 luglio 2016

Due borse di studio per giovani
promesse dell'economia, in
memoria di Guido Cazzavillan

12 luglio 2016

Crowdfunding alla altoatesina: una
piattaforma e due progetti per non
lasciare i sogni nel cassetto

11 luglio 2016

Il paese friulano che vuole
acquistare i pannelli di Christo (e gli
chiede di portare qui il sole)

SEGUI ANCHE SU



COMMENTI RECENTI

Ho avuto il grande piacere di visitare il museo di Salzano e l'ho trovato incan...

Quanto mettiamo? + 10% del PIL?.

Dato richiesto, lo aggiungo appena arriva (o se non arriva lo precisiamo), grazie...

I NOSTRI BLOG

BENVENUTI AL SUD

- di Vitaliano
D'Angerio



GRADOZEROBLOG

- di Claudio Gatti



NON SOLO ECONOMIA

- di Gianfranco Fabi



ULTIMI TWEET

@Ganz24Ore

20 ore fa

RT @AlleyOop24: Le vie della parità (ma anche le rotonde e i giardini): la toponomastica femminile chiede strada <https://t.co/Kb9KVm6Url> by...

Reply Retweet

Favorite

22 ore fa

Due borse di studio per giovani promesse dell'economia, in memoria di Guido Cazzavillan

<https://t.co/kiItfa7LsD>

<https://t.co/V6BUTRc3Ct>

Reply Retweet

Favorite

ieri

RT @24zampe: Brexit, il gatto caccia-topi di Downing Street sceglie il "remain": Cameron se ne va ma Larry rimane al suo posto

<https://t.co...>

Reply Retweet

Favorite



P.I. 00777910159 - **Dati societari** - © Copyright Il Sole 24 Ore Tutti i diritti riservati - Per la tua pubblicità sul sito:
Websystem

Redazione online | **Contatti** | **Privacy Policy** | **Informativa sui cookie**