

**LE SCELTE DELLE AZIENDE**

**Le imprese giocano la carta della qualità della vita**

Serena Uccello — a pag. 3

# Al centro delle scelte d'impresa la strategia dell'accudire



**La gran parte delle risorse messe in campo punta sul sostegno alle spese per i figli: dai nidi all'università**

## Focus benessere

**Con la flessibilità del tempo di lavoro cresce l'attenzione per la salute psico-fisica**

La nascita di un figlio o anche il bisogno di accudire un genitore, persino momenti più personali come la menopausa o il *gender transition*. Passano dall'idea dell'"accudimento" le strategie del welfare aziendale. In prima linea le grandi aziende, come **Kellogg Italia** che ha annunciato l'introduzione di nuove policy volte a sostenere i lavoratori che stanno affrontando trattamenti per la fertilità, percorsi di transizione di genere, o che stanno vivendo particolari fasi della vita legate alla menopausa o all'interruzione di gravidanza. Si tratta di temi «considerati tabù in molti ambienti di lavoro, nonostante il loro impatto sul benessere fisico e psicologico dei dipendenti», dice Giuseppe Riccardi, general manager di Kellogg Italia. Un pacchetto che prevede permessi retribuiti ma anche orari di lavoro flessibili con la possibilità di avere una consulenza psicologica gratuita qualora la si ritenga necessaria.

Si articola in quattro sezioni il piano di welfare di **Tim** (Ascolto, People Caring, WellBeing, Diversità e Inclusione), in particolare è il People Caring a concentrarsi sull'equilibrio tra lavoro e vita familiare. Tra le azioni principali c'è Tim Estate

che offre ogni anno, ai figli dei dipendenti, la possibilità di partecipare a soggiorni estivi in Italia e all'estero. Molto richiesti anche «MioRimborso», il sostegno economico sui servizi per l'infanzia e la scuola materna e «Tim Studio», il programma di aiuto e sostegno all'istruzione dei figli dei dipendenti che, tra le altre cose, propone un piano di borse di studio all'estero, oltre a percorsi formativi per genitori e all'aiuto economico per i care giver. Inseriti anche aiuti per dipendenti o famiglie dei dipendenti che versano in situazioni economiche particolarmente disagiate.

Si chiama «Parental kit» il progetto per la genitorialità lanciato dal **Gruppo Mondadori**. Si tratta di una check list con indicazioni e suggerimenti pratici per organizzare al meglio i primi mesi di vita dei figli. C'è poi un «Parental book» con i dettagli normativi sulla maternità e paternità in Italia, oltre al regolamento interno di gruppo. Predisposto un servizio di counseling individuale dedicato specificatamente ai genitori con figli fino a tre anni di età. L'obiettivo è creare uno spazio di ascolto e di riflessione nel quale confrontarsi su eventuali dubbi relativi al rientro dal congedo, sui processi evolutivi e sulle eventuali difficoltà dell'essere genitori.

Sul sostegno alle cure mediche e agli interventi formativi si concentra il programma di **Kering**: il gruppo francese del lusso già dal 2020 prevede per tutti i dipendenti 14 settimane di congedo parentale retribuito al 100% per maternità, paternità, adozione o assistenza al partner. A questo si unisce la possibilità di chiedere il rimborso delle spese sostenute per la babysitter e l'aiuto per la sua ricerca, a cui segue un contributo del 50% per le spese dell'asilo

nido. Un programma che ai più tradizionali voucher per gli abbonamenti ai centri sportivi e agli ingressi a cinema, musei, teatri e parchi di divertimenti affianca quelli per le ripetizioni e gli approfondimenti scolastici (tre piattaforme diverse secondo l'età dei figli) e il rimborso delle spese per studio, comprese quelle per l'università e i master.

Punta sul tempo il modello «Next Normal» di **Generali**: le giornate di smart working infatti, in caso di specifiche situazioni familiari, sono fino a cinque giorni su cinque. È prevista, inoltre, l'erogazione di premi "variabili", collegati alla redditività e alla produttività dell'impresa, con la possibilità per i dipendenti di convertire tutto o parte del premio in flexible benefit.

«Vogliamo essere partner di "vita" non solo dei nostri clienti - spiega Maurizia Cecchet, Country chief Hr & organization officer di Generali Italia - ma anche dei dipendenti, aiutandoli ad avere uno stile di vita sano e sostenibile, con grande attenzione alla loro energia fisica e mentale». Per questo si parte dalla rimodulazione del numero di giorni di lavoro da remoto, fino «ad arrivare a fornire - aggiunge Cecchet - tramite la nostra società Welion, soluzioni di welfare integrato che permettono di accedere a cure all'avanguardia e servizi innovativi».

— S. U.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

