

# Meditazione, cibo sano e attività fisica così le imprese aumentano la produttività

SECONDO UNA RICERCA DI GYMPASS, UN ELEVATO LIVELLO DI SODDISFAZIONE PSICOLOGICA E ATLETICA COINCIDE CON UNA CONDIZIONE GENERALE DEL GRUPPO MOLTO POSITIVA. COME TROVARE IL MODO DI CONCILIARE LAVORO E "WELLBEING"  
**Irene Scalise**

**Roma**  
Si scrive "Wellbeing" e si legge benessere. Di più: prosperità. È il nuovo mantra delle aziende. Portato avanti inizialmente da pochi imprenditori illuminati adesso è quasi una mania. Cosa vuol dire in soldoni? Un elevato livello di Wellbeing (economico, psicologico, spirituale o medico) coincide con una condizione generale del gruppo molto positiva. Quando il Wellbeing cala è invece immediatamente associato ad eventi negativi. Di conseguenza manager e capi del personale sono sempre più attenti al benessere psico-fisico dei dipendenti, non solo perché banalmente si riducono le assenze, ma perché la produttività e lo spirito di coinvolgimento degli impiegati subiscono una decisa accelerazione.

La crescita del Wellbeing nelle vite lavorative è dimostrata chiaramente da una recente ricerca, realizzata da Gympass (realità specializzata nel settore dei benefit aziendali) in collaborazione con Xerox, che analizza le tendenze "Benessere e Welfare" in ufficio. Nel 2016 il 69% delle multinazionali ha sostenuto una strategia globale per il benessere di chi lavora. Dal 2008 al 2016 l'impegno delle aziende per promuovere la voce *healthy* è aumentato del 33%. Ed ecco il perché di tanta attenzione: il 59% delle realtà sviluppa programmi ad hoc per il miglioramento della produttività dei dipendenti, il 56% punta ad aumentare il coinvolgimento e l'impegno nei confronti dell'a-

zienda, mentre il 54% lo sceglie per fidelizzare il personale. Non manca infine la promozione di mission e valori aziendali (49%), la riduzione dei costi legati alla salute (45%) e un rafforzamento del branding (38%).

Quali sono i corsi più gettonati? L'attività fisica è l'obiettivo numero uno del 70% dei programmi di Wellbeing. Praticare sport, concordano gli esperti, diminuisce il livello di stress, combatte l'obesità e il tabagismo. Insomma, una panacea contro tutti quei disturbi causati da una vita maledettamente sedentaria. Ecco allora come, tra le dieci migliori iniziative incluse in un programma che strizza un occhio al benessere, compaiono corsi di yoga e meditazione (32%), insegnamenti di uno stile di vita sano (29%) e classi sulla salute (25%). Se nel 2008 solo il 36% delle aziende era impegnato a promuovere il benessere dei dipendenti, nel 2014 la percentuale è cresciuta fino al 56% e, nel 2016, il 69% delle multinazionali ha dichiarato di aver sviluppato un piano globale per promuovere la salute di chi lavora.

Tra le realtà più attente, in Italia, ci sono Unicredit, Tetracpac, Diesel, Technogym, Branca, la farmaceutica Ely Lilly, American Express, Elica, Roberto Cuccinelli e anche Fastweb con una recente iniziativa di *running*. Il 25% delle aziende che aderisce a un programma di Wellbeing dota (persino) il personale di sensori da indossare per monitorare lo stile di vita. E tra le veterane dello yoga in azienda c'è Alessia Tanzi, fondatrice di Yoga Coaching, una laurea in Bocconi e da molti anni insegnante di Kundalini: «Noi abbiamo introdotto lo yoga come supporto al business, la filosofia è che la pratica rende più efficaci e incisivi sul lavoro e rafforza la leadership». Il metodo della Tanzi si compone di due mezze giornate di training in cui sono spiegati gli strumenti per poi continuare indivi-

dualmente la propria pratica: «Grazie a 10 minuti al giorno di yoga si possono raggiungere migliori risultati di business e si può aumentare la competitività, perché si riesce a dare un allineamento ai propri obiettivi».

È dello stesso parere Rodrigo Silveira, Country President di Gympass Italia: «Creare e promuovere una cultura del benessere psico-fisico è molto importante. Il personale è una risorsa essenziale per un'azienda e dipendenti in salute e motivati possono guidarne la produttività». Ma quali sono gli organismi più all'avanguardia? «Gruppi farmaceutici, grandi multinazionali di beni di consumo e società di consulenza sono le realtà da sempre più attente alle esigenze generali. Offrire benefit al personale fa parte della loro cultura lavorativa da più tempo, anche se negli ultimi 10 anni le cose stanno cambiando in maniera importante per tutti - aggiunge Silveira - vediamo infatti una crescente sensibilità sul tema e per questo con Gympass forniamo un servizio a società che operano nei più svariati settori e che presentano dimensioni diverse, da aziende con 20 dipendenti a quelle con più di 100 mila persone».

E d'ora, infine, le discipline preferite da chi vuole rilassarsi dopo il lavoro, secondo i dati dell'osservatorio di Silveira: «I dipendenti hanno preferenze e profili diversi, è importante metterli nelle condizioni di soddisfare le loro esigenze. Chi si scarica con Crossfit, chi con Zumba e chi desidera andare a nuotare o praticare lo yoga al mattino presto. È proprio per questo motivo che noi abbiamo creato Gympass che, invece di offrire una singola disciplina nel limito perimetro di una palestra interna all'azienda, offre la possibilità di accedere a un network di oltre 20 mila strutture sportive e 500 diversi tipi di attività in 10 Paesi del mondo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



### IL WELFARE NELLE AZIENDE

"Cosa fa la sua azienda?" Risposte in %



Fonte: Gympass

S. DI MEDIO



1



2

**Alessia Tanzi** (1), fondatrice di Yoga Coaching e **Rodrigo Silveira** (2), country president di Gympass Italia