



Comunicato stampa

Così si ottiene la comunicazione e l'attuazione mirate della gestione della salute in azienda

Berna, 31.08.2022. Il Congresso nazionale per la gestione della salute in azienda (GSA) di quest'anno ha mostrato quanto sia importante per le aziende esaminare attentamente la comunicazione GSA, dagli obiettivi della comunicazione alla gestione degli impatti. Un'azienda sana ha bisogno di personale in salute e viceversa! Questo aspetto si sta rivelando una sfida importante nel mondo del lavoro odierno e richiede un cambiamento culturale in cui lo sviluppo dell'organizzazione svolge un ruolo centrale. Al Congresso nazionale del 2022, la comunicazione GSA è stata analizzata da tre prospettive: cambiamento culturale, canali di comunicazione ed Employer Branding.

In che modo le aziende possono promuovere la salute del proprio personale supportandone la GSA attraverso una comunicazione mirata? Questa domanda è stata al centro del 18° Congresso nazionale sulla gestione della salute in azienda intitolato «Riesci a sentirmi o mi capisci già?», organizzata da Promozione Salute Svizzera, in cooperazione con Assicurazione svizzera contro gli infortuni (Suva) e Segreteria di Stato dell'economia (SECO). Hanno partecipato al Congresso oltre 600 professioniste e professionisti riuniti nel Kursaal di Berna.

Comunicazione GSA interna: tendenze e strategie per un'azienda sostenibile

«Non basta fare del bene, è anche importante parlarne e coinvolgere il maggior numero di persone possibile», afferma la [Prof. Dr. Anabel Ternès](#), relatrice principale ed esperta di sostenibilità, digitalizzazione e competenze future. Sulla base di esempi di best practice suggeriti dai dati attuali della ricerca e dai sondaggi da lei condotti, Anabel Ternès ha mostrato al pubblico quanto sia importante iniziare bene con la comunicazione GSA interna, cosa se ne può ottenere e quali sono gli errori da evitare. «Iniziare bene significa accompagnare l'organico fin dall'inizio, coinvolgendolo, ad esempio, in un sondaggio, poi con la creazione di un gruppo di gestione che includa tutti i reparti e le aree di responsabilità. Le aziende non dovrebbero assolutamente iniziare senza un piano. La comunicazione GSA funziona quando i suoi metodi e formati sono pianificati nel lungo periodo, sono supportati da ogni dipendente e sono strategicamente ancorati ai vertici del consiglio di amministrazione», ha proseguito Anabel Ternès.

Questo pratico sguardo al futuro ha finalmente mostrato alle persone partecipanti in che modo le aziende possono posizionarsi con successo per il futuro grazie alla comunicazione GSA interna.

La trasparenza salariale come «game changer»: percorso visionario di Familie Wiesner Gastronomie

Non dovremmo parlare di salario, vero? Invece è diventato chiaro che la trasparenza è segno di una sana cultura aziendale che rende il personale più felice, più sano e più motivato. Manuel Wiesner di Wiesner Gastronomie ha spiegato perché all'interno dell'azienda [Familie Wiesner Gastronomie](#) prevale la piena trasparenza in materia salariale e quali vantaggi essa comporta. Ogni dipendente ha il diritto di chiedere qual è il salario di un collega e persino quello della responsabile. Le persone che posano il proprio dossier conoscono il loro salario prima di caricare la candidatura grazie al calcolatore salariale online dell'azienda. In un'intervista con Annina Brühwiler di DoDifferrent, Manuel Wiesner ha indicato il rapporto tra trasparenza salariale e gestione della salute in

azienda, la cultura aziendale necessaria e in che misura tale approccio aumenti la soddisfazione del personale della sua azienda.

«Per noi la trasparenza salariale è un pezzo del puzzle. Sebbene sia difficile vedere un impatto significativo diretto sulla soddisfazione di ogni dipendente e sul tasso di fluttuazione, possiamo dire che il sistema si è dimostrato molto valido. La gastronomia è attualmente alle prese con una situazione molto difficile per quanto riguarda il personale. Conosco concorrenti in posizione privilegiata che ogni giorno devono chiudere perché non hanno abbastanza dipendenti. A noi non è mai successo finora», spiega Manuel Wiesner.

Si parlerà sepiù di salario in futuro? Staremo a vedere!

Employer Branding come output della comunicazione GSA interna

[IBI](#), una PMI con circa 55 dipendenti, fornisce energia innovativa alla regione di Interlaken dal 1866. [SCHINDLER](#), un gruppo internazionale, sposta persone e merci dal 1874 con 2.800 dipendenti in Svizzera e 60.000 nel mondo. Cosa hanno in comune queste due imprese? Nel 2021 hanno ricevuto un riconoscimento per la loro attrattività. Helmut Perreten, CEO di IBI AG, e Samuel Bissig-Scheber, Responsabile GSA di Schindler Aufzüge AG, hanno spiegato come sono riusciti a fare in modo che l'employer branding non diventasse puro marketing. Ne hanno illustrato i vantaggi e le sfide, ma soprattutto le soluzioni. Il workshop di Schindler si è concentrato sul suo progetto «It's our life!» come esempio pratico, con un eroe dei fumetti come comunicatore GSA e sviluppatore di cultura.

Dibattito politico

Cosa ci vuole per mantenersi in salute in telelavoro? Si tratta di una questione scottante e diversi interventi sono già stati presentati in Parlamento. [Manuela Weichelt](#), Consigliera Nazionale e membro della Commissione per la Previdenza Sociale e la Salute del Consiglio Nazionale, e [Michèle Blöchli](#), Consigliera nazionale, ex Responsabile cantonale della sanità e degli affari sociali e attuale direttrice delle finanze del Cantone di Nidvaldo, hanno discusso dei vantaggi e degli svantaggi di un telelavoro sempre più intensificato. Molto lascia supporre che si continuerà a far ricorso al telelavoro anche dopo la pandemia. Perché lavorare da casa consente al personale, ad esempio, di conciliare meglio la vita privata con quella professionale. Dal punto di vista dell'azienda, l'aumento della produttività, la maggiore attrattività del posto di lavoro e l'eventuale riduzione dei costi di locazione e dei costi accessori sono buoni argomenti in favore del telelavoro. Se è più facile conciliare lavoro e vita personale, è più difficile distinguere tra i due. *«Come ogni cosa nella vita, il telelavoro presenta vantaggi e svantaggi, sia per il personale che per l'azienda. Preservare la salute fisica e psichica quando si lavora da casa è un aspetto da non sottovalutare»,* ha spiegato Manuela Weichelt. *«È una sfida rispettare i tempi di pausa e di riposo a casa, creare un posto di lavoro ergonomico e fare sufficiente attività fisica.»* ha aggiunto Michèle Blöchli, *«L'orario di lavoro può diventare più flessibile in casa e vengono meno gli spostamenti improduttivi. Quel che conta è essere raggiungibili e avere scambi regolari con il team e il management. Tra di loro deve esserci un rapporto di mutua fiducia, ecco la base di un telelavoro funzionante».*

Il 18° Congresso nazionale GSA è stato un vero successo o, come ha affermato Thomas Mattig, Direttore della fondazione Promozione Salute Svizzera: *«Dopo due anni è stato meraviglioso rivedere tutti di persona e brindare insieme alla gestione della salute in azienda. Il Congresso GSA è l'evento dell'anno in cui la community interessata può scambiare idee. In termini di contenuto, i racconti di esperienze sul campo, come quelli di Familie Wiesner Gastronomie, hanno dimostrato non solo quanto sia importante che il personale conosca e comprenda obiettivi e strategie, ma anche che la trasparenza, soprattutto in materia salariale, può contribuire a una sana cultura aziendale e a una maggiore motivazione di ogni dipendente».*

Il programma dettagliato, le presentazioni e i video dei singoli contributi sono disponibili sul sito web del congresso: www.bgm-tagung.ch.

Ulteriori informazioni

Per ulteriori informazioni o domande potete rivolgervi all'ufficio stampa di Promozione Salute Svizzera inviando un'e-mail a media@promozionesalute.ch.

Promozione Salute Svizzera

Promozione Salute Svizzera è una fondazione sostenuta da cantoni e assicurazioni. Su incarico della Confederazione avvia, coordina e valuta misure atte a promuovere la salute e a prevenire le malattie (art. 19 della Legge federale sull'assicurazione malattie). La fondazione è soggetta alla vigilanza della Confederazione. Organo decisionale supremo è il Consiglio di fondazione. Promozione Salute Svizzera ha due sedi, situate negli uffici di Berna e Losanna. Ogni persona residente in Svizzera versa un contributo mensile di 40 centesimi a favore di Promozione Salute Svizzera che viene prelevato dalle casse malati.

www.promozionesalute.ch