

L'IMPRESA E' IL VERO MOTORE DELLA FELICITA'

Sintesi ricerche sociali ...
... su Benessere e Sostenibilità
... e su Wellbeing

Febbraio 2023



eumetra

Knowledge. Vision. Decision.

I temi sviluppati - indice

- La Sostenibilità e le condizioni pag. 3
- La crescita culturale si è avviata, ma si è interrotta pag. 4
- Le conseguenze, ed i possibili rimedi pag. 5
- Le richieste al Sistema Economico pag. 6
- Il Wellbeing pag. 7
- Vita felice, merito dell'Impresa pag. 8
- Allegato: breve sintesi ricerca sul Welfare e Wellbeing pag. 9
- Investimento sociale sulle Imprese pag. 10
- Posizione differente tra HR e Dipendenti pag. 11
- Entità delle differenze tra HR e Dipendenti pag. 12
- I contenuti del Wellbeing pag. 13
- Più risorse e più comunicazione pag. 14

La Sostenibilità e le condizioni

Il tema sociale più importante, per quanto se ne parli poco, è la **Sostenibilità**. E di grande rilevanza per il suo rispetto sono gli obiettivi dell'Agenda 2030.

Ciò perché il vero grande obiettivo della nostra esistenza è **vivere bene, ora ed in futuro**.

Per raggiungere questo obiettivo – *come suggerisce Il vero senso dell'Agenda 2030* – il metodo consiste nel rispetto delle due grandi direzioni della vita:

- **L'etica**, che porta con sé il vivere bene con gli altri, tutti gli altri, nel caso aiutandoli se ne avessero necessità (è doveroso, ed in ogni caso avrebbe ritorni importanti)
- Il rispetto del **contesto ambientale**.

Lo studio del comportamento sociale dell'essere umano, in ogni caso, mette in luce che – *per avere a cuore la Sostenibilità* - deve essere soddisfatta primariamente una condizione: il proprio Benessere attuale, il vivere bene adesso.

Se non si vive bene adesso, non si riesce a pensare al futuro, ed al Benessere degli altri nel futuro.

La crescita culturale si è avviata ma si è interrotta

Va precisato che questo obiettivo prioritario del Benessere personale è tanto più evidente tanto più si ha coscienza della “propria individualità”. Ed in effetti negli ultimi anni è diventato un tema di grande attualità: non si appartiene più a “masse incolte ed acefale” come fino a qualche anno fa, ma si è diventati “individui”, con buona capacità critica. Negli ultimi 20 anni, la parte di popolazione adulta che ha un’istruzione decorosa, è passata dal 20% al 60%.

Ma si è innestato un problema molto grave. **La crescita culturale non si è completata**, si è interrotta (per problematiche sociali, assenza di cultura innescante, e di risorse). **E’ stato un viaggio di crescita interrotto:**

- Se non si prende l’“ascensore sociale” – *come non è mai avvenuto nella storia* – non si innesta alcun progetto ed alcuna aspirazione: le masse rimangono incolte, non hanno progetti di partecipazione protagonista nella società, non ci sono rivendicazioni (o sono molto parziali)
- Ma se ci si avvia con l’“ascensore sociale” – *l’istruzione/formazione* – e si cominciano a disegnare progetti ed aspirazioni, non ci si può interrompere: sarebbe come se si rimanesse “*sospesi nel vuoto*”. L’interruzione – *l’assenza della spinta finale prima di un vero punto di arrivo* - può creare un disastro, una sorta di **percezione di precipizio**.

Le conseguenze ed i possibili rimedi

E così è successo, e sta sempre più succedendo, per la maggioranza delle nuove generazioni. L'aspirazione che con un primo livello di formazione si era creata – *di partecipazione, di inclusione, di protagonismo* – e che invece viene negata, crea forte arrabbiatura ed innesta contrapposizione – *come mai in passato* -, e richiesta di difesa e di aiuti, e di crescente attenzione per il rimedio delle proprie posizioni. Si innestano i fenomeni di nazionalismo e populismo.

Ora, bisognerebbe avere coscienza che le nuove generazioni **formate** rappresenterebbero l'unica vera grande ricchezza prospettica del Paese.

Il Sistema Politico, lo Stato, dovrebbe assumersi impegni in questa direzione, ma non lo fa. E per gli Italiani lo Stato, e chi lo governa, non si è mai posto questi problemi, non ha mai avuto strategie di medio-lungo periodo (d'altra parte, 70 governi in 75 anni ...).

In questa prospettiva il Sistema Economico ha molta più credibilità, peraltro crescente nel tempo.

Le richieste al Sistema Economico

Al Sistema Economico – *che già offre beni/prodotti/servizi, lavoro, denaro* – viene progressivamente richiesto un impegno sempre più ampio: una assunzione di Responsabilità Sociale, nelle più varie direzioni.

Sono varie le aree di impegno richieste. Possono essere riassunte in tre grandi ambiti:

1. grande attenzione all'ambiente
2. forte attenzione ai problemi sociali del territorio in cui opera, assumendosi anche Responsabilità Sociali, offrendo contributi di varia natura
3. forte investimento sui lavoratori, per la loro crescita come individui, e creando competenze ...
... innanzitutto per il loro personale Benessere,
... ma anche per i ritorni a favore dell'Impresa.

Il Wellbeing

Fra i tre impegni richiesti, il terzo ambito – *quello degli investimenti sui lavoratori* - è quello più importante, tenendo conto dei problemi sociali di cui si è parlato.

E presuppone una fondamentale attenzione per il **wellbeing**, in particolare per il **work-life balance**, con anche forte attenzione alla **formazione professionale** dei dipendenti, **per il loro benessere, sia personale che professionale**.

Il benessere – *come prima si accennava* - è un tema fondamentale, per evitare contrapposizioni alla **Sostenibilità**. Ed il ruolo delle Imprese è sempre più fondamentale, stante il fatto che nessun altro ha in progetto interventi per far crescere gli individui.

E la crescita della persona – *sia come professionista, che come individuo* – rappresenta da tutti i punti di vista il vero grande obiettivo:

- migliora l'Impresa, avendo un doppio ritorno: sia per la migliore professionalità dei lavoratori, sia per la gratitudine dei lavoratori, che hanno goduto dell'investimento su di loro, e gli impliciti ritorni, ...
- ... e migliora anche la Società, perché gli individui che la compongono sono più felici e meno contrappositivi. Si innescano i valori della relazionalità positiva, che producono vita felice.

Vita felice, merito dell'Impresa

E vita felice – *il benessere individuale* – come si è detto è la condizione basica perché tutti gli individui si debbano sentire portatori della **Sostenibilità**, che è il grande obiettivo: che la vita sia felice anche in futuro, per sé e per chi verrà.

Ribadiamo: se non si ha Benessere attuale, non ci può essere investimento sul futuro (le ricerche sociali lo confermano: chi non è felice, non vuole sentire parlare di Sostenibilità).

Quindi il Benessere attuale è il vero investimento sul futuro.

In tutto questo ragionamento, la relazionalità positiva è fondamentale, ed il vero grande supporto della relazionalità è la comunicazione: senza comunicazione non si crea relazionalità.

In definitiva, senza l'impresa – e le sue attività di wellbeing, relazionali e comunicazionali – non ci può essere un futuro felice.

Quindi “L'IMPRESA E' IL VERO MOTORE DELLA FELICITA'”.

Allegato:

Breve sintesi di una ricerca condotta su welfare e wellbeing



eumetra

Knowledge. Vision. Decision.

Investimento sociale sulle Imprese

Sul tema Welfare e Wellbeing è stata recentemente condotta una ricerca.

Sono stati intervistati HR e dipendenti di PMI.

Si conferma che **le Imprese** – *per la credibilità di cui godono* - **vengono individuate come potenziali driver del cambiamento.**

Si evidenzia la forte richiesta di un crescente aiuto sociale: cioè che le Aziende si debbano impegnare sempre di più in ambito di **Responsabilità Sociale d'Impresa**, mostrando sensibilità ed attenzione verso i propri Dipendenti, sia in ambito professionale che privato (work – life balance):

- aiutando le persone ad investire sul proprio futuro professionale,
- e a vivere al meglio le loro vite.

Posizione differente tra HR e Dipendenti

Tuttavia si rileva una **differenza di posizione tra le HR ed i Dipendenti**, che attraversa molti risultati di ricerca:

- le HR ritengono già attive molte attività,
- mentre la percezione dei dipendenti è più critica.

Le ipotesi sono due:

- Le HR tendono ad essere centrate sul proprio ruolo, e considerano come già conseguiti molti risultati, che invece sono solo in corso di realizzazione;
- Oppure questa differenza di percezione potrebbe essere la conseguenza di due fattori:
 - coinvolgimento solo parziale dei dipendenti, per cui molti non ne hanno coscienza;
 - **possibile carenza di comunicazione**. La conseguenza è che, di fatto, molti dipendenti non ne hanno conoscenza, quand'anche le opportunità siano a disposizione.

Entità delle differenze tra HR e Dipendenti

Prendiamo ora in esame le evidenze che emergono dalla ricerca. I principali indicatori della ricerca rispetto alle attività di Welfare e Wellbeing in atto nelle Aziende mostrano che:

- secondo le HR la diffusione di piani di questo tipo è abbastanza elevata: i 3/4 delle HR rispondono positivamente sia per Welfare che per Wellbeing
- la percezione dei Dipendenti invece è molto più contenuta, con sostanziali differenze tra:
 - Welfare: citato da non più della metà
 - e Wellbeing, nella sua completezza: citato da non più di un terzo.

Il divario tra Aziende e Dipendenti si può spiegare con un inadeguato coinvolgimento dei Dipendenti e/o da una comunicazione interna insufficiente o poco strutturata.

In effetti le HR manifestano la necessità di poter disporre di maggiori risorse economiche e di migliorare la comunicazione ai Dipendenti.

I contenuti del Wellbeing

Rispetto alle sole iniziative di Wellbeing:

- la **formazione è in cima ai risultati**: è infatti presente nella quasi totalità delle Aziende campione e riconosciuta dalla grande maggioranza dei Dipendenti intervistati
- Passando ad **attività più orientate al benessere**, la distanza tra HR e Dipendenti invece si rende molto più evidente; le incidenze percentuali si dimezzano per quanto riguarda:
 - o sia i servizi di supporto alla famiglia,
 - o che le iniziative di relax individuale e collettivo.

in ogni caso anche le HR hanno forte propensione verso:

- le iniziative per migliorare benessere psico-fisico,
- il dare maggior ascolto ai dipendenti per coglierne le esigenze
- e incrementare iniziative di socializzazione tra dipendenti.

Più risorse e più comunicazione

La quasi totalità delle Aziende dichiara di voler fare di più, ma la metà delle HR afferma che è necessario implementare risorse ed attivismo:

- servirebbero **più risorse** economiche
- dovrebbe essere sviluppata **una comunicazione migliore** e più efficace sulle iniziative implementate.

Tutti – *sia HR che Dipendenti* - sono concordi nel riconoscere un **enorme valore strategico a Welfare e Wellbeing** per valorizzare le persone, che - *sentendosi apprezzate e messe al centro dei valori aziendali* - **rendono l'investimento redditizio ...**

- ... restituendo fedeltà e produttività,
- ... oltre che felicità personale e relazionale.