

“Il nostro obiettivo è far sentire a proprio agio i dipendenti”

Pubblicato: Giovedì 16 Maggio 2019



«Il welfare aziendale è un modo per far sentire a proprio agio il lavoratore. **Significa ascoltare i suoi bisogni, le sue necessità e cercare le soluzioni** che lo supportino in diversi ambiti». **Giovanni Slavazza**, 59 anni, lavora da 20 anni nella catena di supermercati **Tigros**, prima come direttore vendite, poi dal 2007, per volontà del fondatore, Luigi Orrigoni, alla direzione del personale. Da due anni è direttore operativo e fa parte del comitato direttivo dell’azienda che conta 2.300 dipendenti. È lui che ha studiato e attuato la **gestione del welfare aziendale**, insieme all’**Ente bilaterale del Terziario della provincia di Varese**. Abbiamo incontrato Slavazza, per raccontare come in questi anni è cambiata la vita dei dipendenti.

Cos’è il Welfare aziendale?

Tigros è una tra le prime realtà del territorio varesino ad aver inserito un piano di welfare aziendale per i propri dipendenti. Da che cosa nasce questa decisione e quando l'avete avviato?

«La logica del nostro welfare viene da lontano. Prima ancora della visione di welfare classico legato ai premi per gli obiettivi raggiunti o ad accordi aziendali. La nostra idea è nata partendo dal significato della stessa parola: dare contenuto e soddisfazione in più ai dipendenti, slegandoli dalla sola opportunità economica. Sono nate quindi piccole convenzioni con partner del territorio: palestre, teatri e varie associazioni che hanno creato una serie di opportunità e situazioni. Abbiamo applicato questa proposta a tutti i dipendenti di Tigros lasciandoli liberi, al momento dell’assunzione, di aderire in maniera totale o parziale, oppure rifiutare. Lasciando aperta la possibilità di accedervi in qualsiasi momento».

Quali sono le proposte principali di welfare per i lavoratori?

«Quando abbiamo iniziato a introdurre questo sistema, abbiamo visto la soddisfazione da parte dei collaboratori e abbiamo ampliato la visione, creando tre opportunità aggiuntive che sono diventate fondamentali con il passare del tempo. La prima proposta riguarda un medico del lavoro che, per due ore ogni settimana (*ore aggiuntive rispetto al classico medico del lavoro, ndr*), si mette a disposizione del lavoratore senza una necessità legata alla sola visita obbligatoria. La seconda attività è lo sportello di un’assicurazione che una volta alla settimana lascia il proprio consulente in azienda. A questo si è aggiunto un altro sportello, con il consulente di una banca che incontra i collaboratori per qualsiasi loro esigenza. Inoltre, a tutto questo si aggiungono anche un buono spesa slegato dalla retribuzione ordinaria e uno sconto fisso sulla spesa. L’obiettivo è proprio quello di creare soddisfazione nei nostri collaboratori e creare senso di appartenenza alla nostra azienda».

Come è stato organizzato il percorso? Avete coinvolto da subito i lavoratori?

«Abbiamo costruito una serie di incontri per spiegare quella che era la logica del welfare tradizionale, presentando le nostre novità. Inoltre, abbiamo sviluppato una parte della proposta riferita ai 650 collaboratori legati agli uffici e ai capireparto, ovvero un welfare specifico su obiettivi e incentivi. Per renderlo operativo abbiamo impiegato un po’ di tempo, ma e fino a oggi sono 400 i collaboratori che vi hanno aderito. Direi che anche questo è un ottimo risultato. Il tutto viene gestito attraverso un portale customizzato che è in continua evoluzione grazie alle segnalazioni dei dipendenti. Il nostro è un welfare personalizzato e dunque la cosa più importante è ascoltare: impensabile dare un servizio se poi non rispetta le

esigenze e non è soddisfacente per nessuno».

Qual è il clima aziendale che si respirava prima dell'introduzione di un piano welfare e quello che si è generato successivamente?

«Rispetto alla nostra storia aziendale, abbiamo da sempre un clima interno e un ambiente positivi e in continua fase di miglioramento. Abbiamo un turnover che è sotto le medie nazionali. Ritengo quindi che il nostro dipendente sia soddisfatto e altamente fidelizzato».

L'organico di Tigros è in continua crescita e con diverse esigenze: ci sono giovani, lavoratori con figli e con genitori anziani. Come avete gestito la possibile offerta per il lavoratore per renderla quanto più possibile mirata?

«Il piano welfare è in continua evoluzione. Avendo un portale online dedicato, dove i dipendenti gestiscono la propria situazione, vengono prese in carico le esigenze di tutti. Se un lavoratore vuole convenzionare una nuova palestra è libero di farlo. Se, come succede, manda il bambino all'asilo, e l'asilo non è ancora convenzionato, si può tranquillamente creare il collegamento facendo una richiesta. È il collaboratore che propone, aumentando così la propria soddisfazione. Insomma, è la logica su cui si fonda il piano welfare di Tigros: in continua evoluzione perché quello che ci distingue è sicuramente ascoltare i nostri dipendenti».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it