

MANUALE DELLE PROCEDURE PER L'ATTIVAZIONE DELLE BUONE PRASSI



**REALIZZAZIONE A CURA DI ATS DI BRESCIA
DIREZIONE SANITARIA
Dipartimento di Igiene e Prevenzione Sanitaria
S.S.D. Promozione della Salute**

Ogni utilizzo del materiale contenuto in questo manuale, diverso da quello previsto, deve essere preventivamente autorizzato dall'ATS di Brescia.

Progetto grafico madeinjump

Sommario

Introduzione	5
PRATICHE PER FAVORIRE L'ADOZIONE COMPETENTE E CONSAPEVOLE DI COMPORTAMENTI ALIMENTARI SALUTARI	9
1.1 MENSA AZIENDALE	10
1.2 DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI ALIMENTI	22
1.4 AREA DI REFEZIONE/RISTORO	24
1.6 ALTRE INIZIATIVE VALIDATE	42
PRATICHE PER FAVORIRE L'ADOZIONE COMPETENTE E CONSAPEVOLE DI UNO STILE DI VITA ATTIVO	53
2.1 SCALE PER LA SALUTE	54
2.3 OPPORTUNITÀ PER SVOLGERE ATTIVITÀ FISICA	58
2.4 ALTRE INIZIATIVE VALIDATE	84
PRATICHE PER CREARE UN “AMBIENTE LIBERO DAL FUMO” E INCENTIVARE LA CESSAZIONE TABAGICA	107
3.1 POLICY AZIENDALE	108
PRATICHE PER IL CONTRASTO A COMPORTAMENTI ADDITIVI (ALCOL, DROGHE, GIOCO D'AZZARDO)	115
4.1 POLICY AZIENDALE	116
4.2 FORMAZIONE GENERALE	122
ALTRE PRATICHE	127

Introduzione

La promozione della salute rappresenta un processo sociale e politico globale che non comprende solo azioni volte a rafforzare le abilità e le capacità dei singoli individui, ma anche azioni volte a modificare le condizioni ambientali ed economiche, in modo da attenuare il loro impatto sulla salute del singolo e della collettività.

“Il miglioramento sia dell’ambiente sia dell’organizzazione del lavoro può incidere efficacemente sui processi di invecchiamento attivo, creando condizioni di supporto e inclusione dei lavoratori più anziani e di quelli con malattie croniche... L’esperienza dimostra che gli investimenti indirizzati a consentire ai lavoratori di esercitare azioni efficaci sugli impedimenti alla loro salute e benessere conducono a una riduzione della malattie e dei tassi di mortalità. I luoghi di lavoro, perciò, sono da considerarsi contesti favorevoli alla realizzazione di azioni di promozione della salute tese alla modifica di abitudini e comportamenti dannosi, con riferimento, in particolare, a fattori di rischio comportamentali

per le malattie cronico-degenerative” (Manuale per l’implementazione del programma “*Luoghi di lavoro che promuovono salute - Rete WHP*”).

La necessità di un Manuale che dettagli le Buone Pratiche realizzate dalle aziende aderenti alla Rete WHP del nostro territorio nasce dalla considerazione che, apprendere dalle esperienze altrui senza “*reinventare ogni volta la ruota*” consente un notevole risparmio di risorse.

La Buona Pratica è “... *quegli insiemi di processi e attività che, in armonia con i principi/valori/credenze e le prove di efficacia e bene integrati con il contesto ambientale, sono tali da poter raggiungere il miglior risultato possibile in una determinata situazione*”

(Kahan B., M. Goodstadt, Health Promotion Practice, 2001).

Una buona pratica è quella che mostra il suo funzionamento, o la sua efficacia, in situazioni divese e può essere esportabile o replicabile.



Questo scambio di conoscenze sulle Buone Pratiche attivate dalle diverse realtà non solo facilita il miglioramento delle pratiche e dei programmi ma aiuta anche coloro che avviano nuovi interventi ad evitare errori comuni e ad accelerare lo sviluppo del programma.

La condivisione delle esperienze realizzate in questi anni dalle aziende aderenti alla Rete WHP di Brescia sono un prezioso contributo per far sì che tutta la rete cresca e raggiunga, insieme, la finalità principale dell'adesione al programma: contribuire alla riduzione del carico prevenibile ed evitabile di morbosità, mortalità e disabilità delle Malattie Croniche Non Trasmissibili.



PRATICHE PER FAVORIRE L'ADOZIONE COMPETENTE E CONSAPEVOLE DI COMPORAMENTI ALIMENTARI SALUTARI

- 1.1 MENSA AZIENDALE
- 1.2 DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI ALIMENTI
- 1.4 AREA DI REFEZIONE/RISTORO
- 1.6 ALTRE INIZIATIVE

Buona pratica 1.1

MENSA AZIENDALE

OBIETTIVO

Definire con la Ditta/Gestore della mensa e/o con il personale interno addetto un capitolato e un menù orientato a un'offerta di alimenti salutari e bilanciati

Garantire la presenza in mensa di offerta esclusiva di pane con ridotto contenuto di sale⁶, di utilizzo esclusivo di sale iodato, di disponibilità di pane integrale e nell'offerta prevista dal menù non prevedere la sostituibilità tra frutta/verdura e dessert

Realizzare percorsi formativi per il personale della ditta gestore e/o degli addetti interni su preparazione e composizione equilibrata del pasto e porzioni corrette

Realizzare iniziative informative per i fruitori sulla composizione equilibrata del pasto e porzioni corrette

Mensa aziendale

Fabbrica d'Armi Pietro Beretta

DESTINATARI

Dipendenti e ospiti

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Progetto e realizzazione di un recupero edilizio

Con il coinvolgimento di un architetto esperto di mense aziendali è stato recuperato il 5° ed ultimo piano produttivo dismesso con vista a 360 gradi dall'alto sulla città di Gardone Val Trompia per una nuova mensa aziendale

Individuazione del nuovo gestore della mensa aziendale

È stata effettuata una gara pubblica per la gestione interna della cucina e servizio interno con un capitolato d'appalto che prevedeva, oltre a quanto contemplato dal Manuale delle Buone Pratiche:

a. L'utilizzo della cottura sottovuoto per contorni e carni

- b. La creazione di un angolo delle spezie
- c. L'opzione "Big Taste". Tutti i primi giovedì del mese è consentito chiedere un bittico di primi o di secondi, 2 volte al mese piatti di cacciagione e pietanze della tradizione
- d. Piatti opzionali per intolleranze alimentari (lattosio, glutine, ...) la messa a disposizione di porta-bicchieri. Per ovviare ai problemi di mancato rispetto delle basilari norme di igiene nel prelievo dei bicchieri di plastica, sono stati installati nuovi dispenser che evitino la presa di più bicchieri da parte di ciascun utente

- e. La messa a disposizione di porta-tovagliette. Per migliorare la percezione di ordine e pulizia nella fruizione del servizio mensa, i vassoi sono prelevati senza tovaglietta. Di fianco al carrello del vassoio è poi collocato un distributore di tovagliette che garantisce il prelievo di un elemento alla volta.

In questo modo la pulizia del vassoio e l'integrità della tovaglietta possono essere meglio osservati e garantiti

Formazione del personale della mensa

La ditta aggiudicatrice del capitolato organizza



Mensa aziendale

1 volta all'anno la formazione del personale addetto alla preparazione e alla distribuzione dei piatti, un percorso formativo sui temi indicati dal Manuale delle Buone Pratiche. Inoltre, ad ogni nuovo addetto vengono forniti dettagli informativi su: piramide alimentare, come sono strutturate le opzioni alimentari offerte, gli ingredienti utilizzati per gli importi calorici e le intolleranze alimentari, come tradurre la cartellonistica presente lungo il percorso mensa

Predisposizione di materiale informativo

È stato predisposto il seguente materiale informativo presente nella mensa aziendale:

1. Totem con la piramide alimentare
2. Emoticons calorici con colori semaforo (verde giallo rosso) dei piatti proposti del giorno
3. Orme di piede lungo il percorso con indicazioni sui cibi che fanno bene e male alla salute.

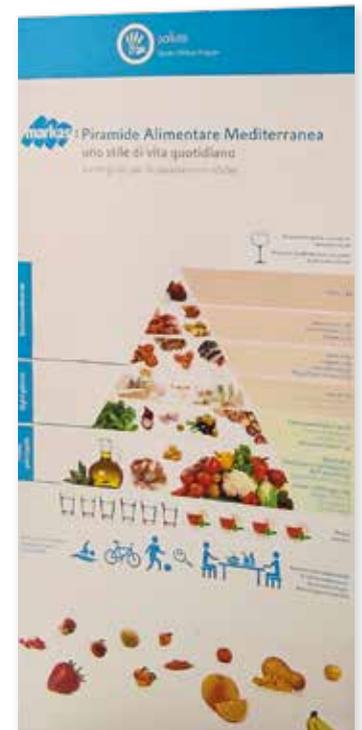
Inoltre 2 volte all'anno l'Ufficio Risorse umane invia una mail con allegata una brochure contenente informazioni sulla sana alimentazione (es. *“la piramide alimentare”*,

le intolleranze, ecc.) e affigge nelle bacheche aziendali locandine contenenti le medesime informazioni

Inaugurazione della nuova mensa con un pranzo aziendale alla presenza del Datore di lavoro, di autorità civili e militari e dei dipendenti

Introduzione dell'applicazione digitale APP RistoCloud disponibile a tutti i dipendenti

Tramite questa applicazione i dipendenti possono vedere l'evidenza di allergeni, i principi nutritivi, la composizione delle ricette, l'apporto calorico medio, ed effettuare la prenotazione di pranzo o cena. Anche l'App è pubblicizzata tramite brochure o mail a tutti i dipendenti



Mensa aziendale

STRUMENTI UTILIZZATI

- Brochure
- Mail ai dipendenti
- App dedicata
- Locandine su bacheche aziendali interne
- Tabloid a muro / Totem a terra con rappresentazioni grafiche

PARTNERSHIP

Ditta aggiudicatrice del capitolato d'appalto

BUDGET

Non è possibile definire il budget da mettere a disposizione. I costi sono relativi a:

- Realizzazione nuova mensa Beretta Sede e restyling della mensa Beretta Due
- Accordo gestione esterna
- Realizzazione materiale di promozione, incontri illustrativi

RISORSE DI PERSONALE

- 1 Referente WHP

- 3 referenti delle Direzioni HR, Marketing e Comunicazione

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

Comunicazioni da parte dell'ufficio HR, materiale informativo presente in mensa e affisso nelle bacheche

RIFERIMENTO

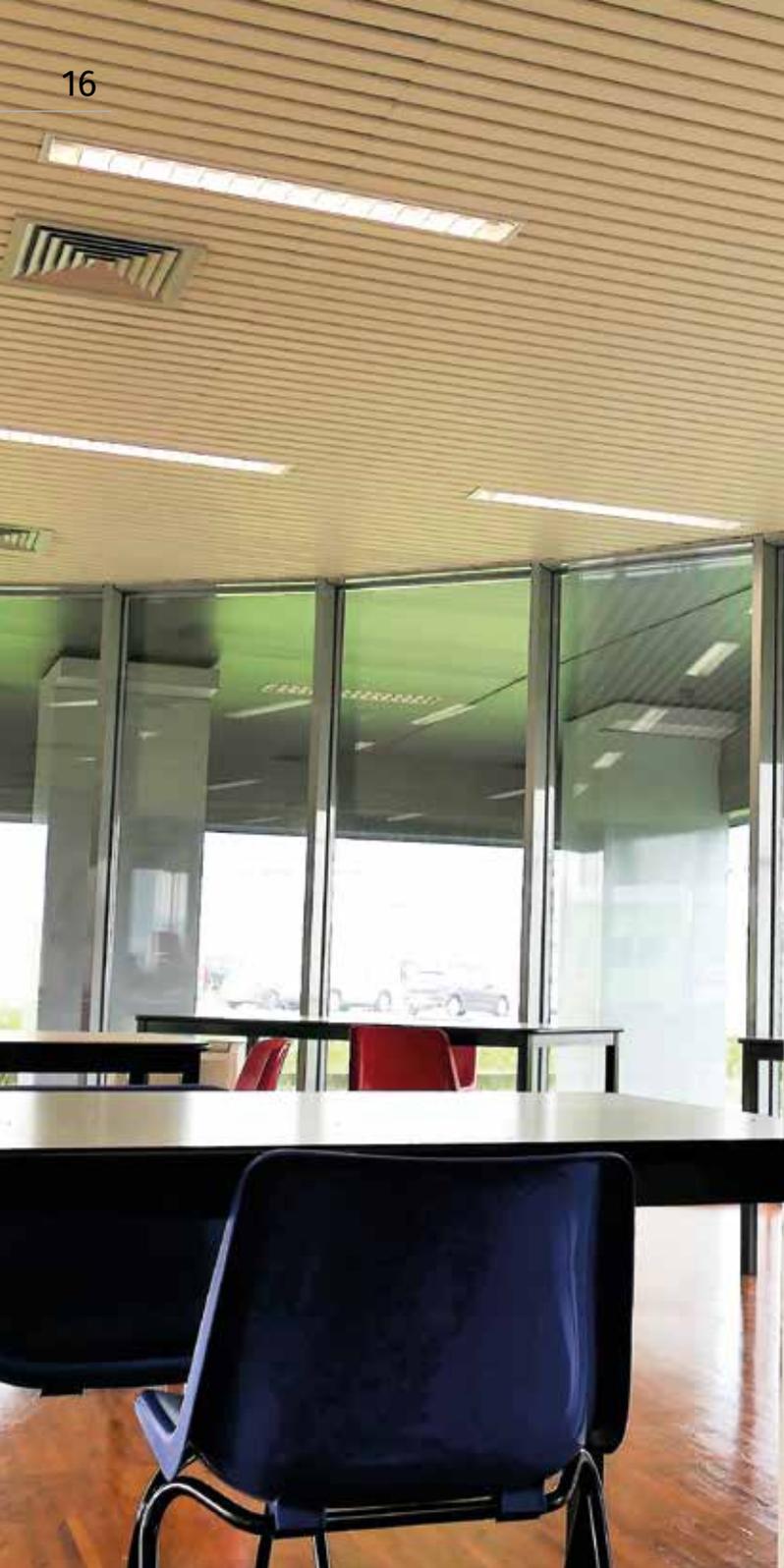
Piergiuseppe Grazioli

piergiuseppe.grazioli@beretta.com

Anna De Sena

anna.desena@beretta.com





Mensa aziendale

Brescia Mobilità

DESTINATARI

Dipendenti

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

Una volta individuata dal Referente WHP la Buona Pratica da attivare e valutata la necessità di avanzare le richieste specifiche previste dal Manuale delle Buone Pratiche al gestore delle due mense aziendali, i referenti WHP aziendali hanno coinvolto i referenti aziendali dell'appalto per un confronto

Verifica con il gestore della mensa delle richieste previste dal Manuale delle Buone Pratiche

Il team WHP ha verificato con il gestore i vari punti previsti dalla buona pratica. Sono stati verificati i menu proposti e le porzioni previste dall'appalto in corso. E' stato chiesto al gestore di provvedere alla formazione del

proprio personale rispetto alla preparazione e composizione equilibrata dei pasti e alla preparazione di porzioni corrette. La conoscenza del programma WHP da parte del gestore delle mense ha rappresentato un punto di forza e ha permesso di non incontrare problematiche rispetto all'attivazione della buona pratica, né rispetto ai prodotti da inserire né rispetto ai menu

Formalizzazione dell'accordo con il gestore

Trattandosi di appalto già in corso, non è stato predisposto un contratto specifico, ma l'accordo è stato gestito via mail. È stato anche aggiornato il capitolato per l'appalto successivo ricomprendendo le richieste della buona pratica per la prossima gara

Formazione personale assegnato alla distribuzione

La formazione è stata organizzata e gestita dal gestore della mensa. il team WHP ha acquistato dal gestore gli attestati di formazione del proprio personale rispetto alla preparazione e composizione equilibrata dei pasti ed alla preparazione di porzioni corrette. A seguito di analisi, li ha ritenuti validi





Preparazione strumenti comunicazione

I Referenti WHP hanno coinvolto il responsabile dell'Ufficio Comunicazione per studiare un nuovo allestimento grafico delle mense che potesse coniugare le esigenze di informare i dipendenti dell'adesione al progetto WHP e l'adozione di comportamenti alimentari salutari. La richiesta è stata trasferita ad uno studio grafico esterno

Analisi strumenti comunicazione

Lo studio grafico ha proposto un rendering del progetto di comunicazione richiesto e il relativo budget. I Referenti WHP hanno dato il proprio benestare alla realizzazione

Attivazione degli accordi con il gestore nella sede individuata

I referenti WHP hanno individuato una tra le due sedi dotate di mensa per attivare il nuovo servizio mensa dopo installazione del nuovo allestimento grafico

Realizzazione nuovo allestimento grafico

La ditta esterna incaricata ha installato il nuovo allestimento nel locale definito

Promozione evento

L'ufficio Comunicazione ha inviato una mail a

tutti i dipendenti per informare dell'iniziativa
Allestimento grafico per la seconda mensa e avvio pratica

Il referente WHP - per il tramite dell'Ufficio Comunicazione - ha chiesto un adattamento del primo allestimento grafico al secondo locale mensa aziendale. Una volta pervenuto il progetto, ha benestanzato il rendering ed il budget corrispondente. Una volta eseguito l'allestimento, è stata comunicata l'iniziativa

STRUMENTI UTILIZZATI

- Capitolato speciale d'appalto
- Allestimento grafico dedicato
- Campagna di comunicazione dedicata

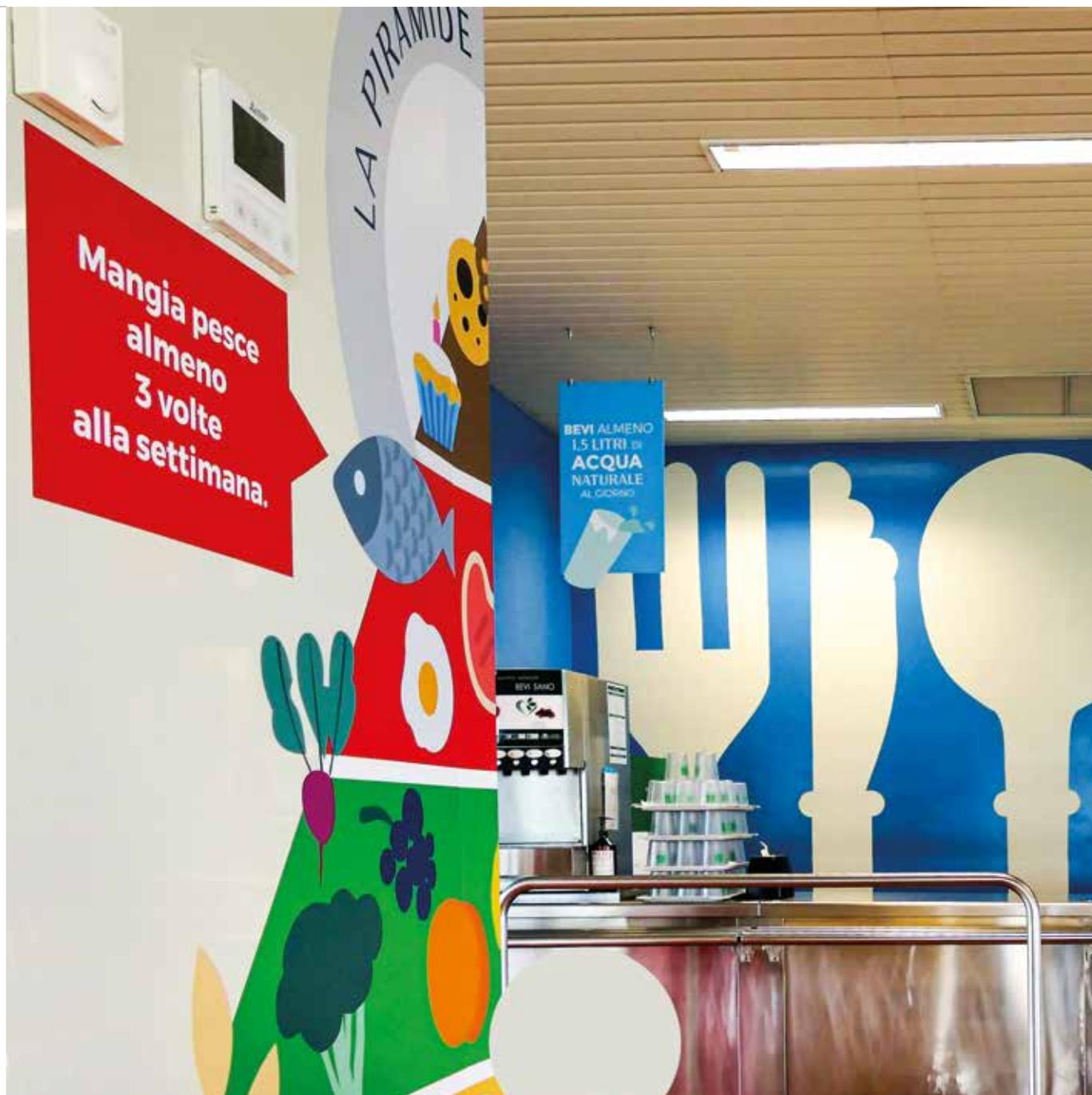
PARTNERSHIP

CAMST

BUDGET

Incremento non significativo del costo del singolo pasto

Circa 3.000€ per gli allestimenti grafici



Mensa aziendale

RISORSE DI PERSONALE

- 3 referenti WHP
- 2 dipendenti aziendali referenti appalto mensa
- 2 dipendenti aziendali Ufficio Comunicazione

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Allestimento grafico dedicato
- Campagna di comunicazione dedicata

RIFERIMENTO

Ufficio Qualità Ambiente Sicurezza
sicurezza@bresciamobilita.it
 Tel. 030/3061034 - 030/3061322



Buona pratica 1.2

DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI ALIMENTI

OBIETTIVO

Definire con soggetto gestore un Capitolato con offerta di almeno il 30% di alimenti salutarì (alimenti con contenuto calorico non superiore a 150 Kcal e contenuto in grassi non superiore a 5 g. Esempio: succhi di frutta senza zuccheri aggiunti, spremute, frutta secca, yogurt, prodotti da forno con olio evo e/o a basso contenuto di sale.)



Buona pratica 1.4

AREA DI REFEZIONE

OBIETTIVO

Predisporre un'area dove sia possibile consumare alimenti portati da casa, creando un ambiente adeguato e confortevole in cui garantire la presenza di distributori di acqua gratuita, forno a microonde, frigorifero e altri requisiti organizzativi che influiscono sulla salubrità del pasto

Attivare (eventualmente anche attraverso accordi con produttori locali) la disponibilità di frutta e/o verdura fresca di stagione gratuita almeno a cadenza settimanale

Area di refezione

AB Impianti

DESTINATARI

Dipendenti e visitatori

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno, 2 giorni a settimana

AZIONI

Idea progettuale

Incontro del team WHP all'interno del quale, a partire dalle richieste dei lavoratori e delle Buone pratiche previste dal Manuale Regionale si è deciso di sviluppare questa azione ed è stato definito il budget da dedicare. In questa fase si è scelto di sperimentare la Buona Pratica, inizialmente, solo in una sede dell'azienda quale sede pilota per poi definire la formula definitiva da proporre a tutte le sedi

Individuazione del fornitore di frutta e raccolta dell'offerta economica

La scelta è ricaduta sulla società di catering che fornisce i pasti a mezzogiorno e che, quindi, permetteva di risolvere alcuni problemi legati alla consegna o al ritiro della frutta

Stipula accordo scritto con fornitore

L'accordo contiene elementi riferiti ai quantitativi di frutta necessari, alla frequenza di consegna, ai costi, alle modalità di messa a disposizione della frutta ai dipendenti, alla stagionalità della frutta e alla tipologia di frutta che ne consenta una facile gestione

Attivazione della sperimentazione nella sede individuata

E' stata individuata la sede (scelta la sede di lavoro del Referente WHP che consentiva una valutazione immediata della Buona Pratica) e attivata la sperimentazione per 2 mesi. Tutti i giorni la ditta fornitrice ha consegnato in azienda la frutta (1 Kg ogni 15 dipendenti)

Valutazione della sperimentazione

Dopo 2 mesi la valutazione ha permesso di scegliere di attivare la consegna della frutta in tutte le sedi aziendali ma solo 2 volte alla settimana

Allestimento punto di consegna in tutte le sedi

Dopo la fase di sperimentazione, durante la quale il punto di consegna è stato attivato solo nella sede pilota, si è provveduto ad allestire i

punti in ogni sede. Il punto di consegna, ubicato nella zona degli uffici (non in produzione) è dotato di un tavolino sul quale è posizionato un contenitore in acciaio inox e un contenitore per la locandina/regolamento dell'iniziativa

Preparazione strumenti comunicazione

Il Referente WHP e l'ufficio marketing hanno predisposto una locandina che contiene tutte le informazioni dell'iniziativa e il regolamento. La locandina è posizionata nel punto di consegna

Promozione evento

È stata inviata una mail a tutti i dipendenti delle diverse sedi interessate e diffusa la locandina sui totem aziendali

Consegna frutta

2 volte alla settimana, il fornitore consegna nelle singole sedi, a orari predefiniti (che generalmente avviene prima delle 10,00) il quantitativo di frutta definito ponendolo direttamente nel contenitore inox posizionato nel punto di consegna. Il contenitore viene igienizzato giornalmente dalla ditta che si occupa delle pulizie dello stabile

AB A Better Way

**è sempre
l'ora della
frutta
...per uno
snack salutare!**

Nell'ambito del progetto WHP, nell'area di promozione della sana alimentazione, l'azienda mette a disposizione per i vostri snack salutari frutta fresca di stagione.

I BENEFICI DELLA FRUTTA
 IMPORTANTE FONTE DI VITAMINE
 POCO CALORICA E POVERA DI GRASSI
 IMPORTANTE FONTE DI FIBRE

REGOLAMENTO FRUTTA SNACK:
 - LA FRUTTA VA CONSUMATA IN AZIENDA
 - PRENDERE NON PIU' DI 2 PORZIONI AL GIORNO

Sistema Socio Sanitario
 Regione Lombardia
 AT5 Brescia

CONFINDUSTRIA
 Brescia

Area di refezione

Monitoraggio

Soprattutto nella fase iniziale si è provveduto a effettuare il monitoraggio del consumo di frutta, a sentire le segnalazioni/suggerimenti dei lavoratori e si è provveduto a incrementare o a ridurre la consegna di frutta in base alle esigenze della specifica sede. In alcune realtà si è scelto di consegnare la frutta in momenti diversi della giornata così che dipendenti con orari di accesso diversi all'edificio potessero beneficiare della Buona Pratica

- Invio a chi possiede mail aziendale di specifica comunicazione
- Comunicazione sul sito aziendale
- Locandina nella zona frutta

RIFERIMENTO

Referente WHP aziendale
whp@gruppoab.com

BUDGET

€ 30 a postazione per contenitore e supporto locandina ed € 10/15 annui a persona per la messa a disposizione di 1 Kg di frutta ogni 15 persone

RISORSE DI PERSONALE

- Referente WHP e 1 dipendente dell'ufficio marketing

MODALITA' DI INGAGGIO

DEI DESTINATARI

- Locandina visualizzata sui totem aziendali



Area di refezione

ASST Franciacorta

DESTINATARI

Tutti i dipendenti e le dipendenti dell'ASST Franciacorta (poli ospedalieri e territoriali di Chiari, Iseo e Orzinuovi)

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Condivisione della proposta con la dirigenza ed approvazione

Lettera di richiesta all'ufficio Risorse Umane e al Servizio Infermieristico (SITRA) per la definizione del numero dei possibili destinatari dell'intervento interessati e la definizione di massima del quantitativo di frutta necessaria

Predisposizione di una griglia con le unità operative, i servizi, i corrispondenti destinatari e i giorni di consegna

Attivazione del servizio economale per la definizione del budget per l'acquisto della frutta e del materiale informativo

Individuazione della ditta appaltatrice

mense aziendali per la fornitura della frutta e per la distribuzione della stessa

Coordinamento e collaborazione con la responsabile della mensa per l'organizzazione della distribuzione secondo la predisposizione di una griglia con l'individuazione dei giorni e dei quantitativi di frutta necessari per unità operativa/servizio

Predisposizione di una locandina plastificata da apporre nel luogo di consegna della frutta che evidenzia i benefici della buona pratica e la colloca nell'ambito del progetto WHP

Offerta di una porzione di frutta come merenda una volta la settimana ai dipendenti nelle aree ristoro delle unità operative di appartenenza

STRUMENTI UTILIZZATI

- Griglia
- Locandina
- Contenitori lavabili con coperchio



Area di refezione

PARTNERSHIP

Ditta appaltatrice mensa aziendale

BUDGET

€ 6.000 all'anno

RISORSE DI PERSONALE

- Referente di progetto
- Operatori ditta appaltatrice mensa aziendale

MODALITA' DI INGAGGIO

DEI DESTINATARI

- Presentazione dell'iniziativa a tutti i coordinatori/responsabili delle unità operative
- Predisposizione di una e-mail rivolta a tutti i dipendenti per informare sui benefici del consumo di frutta e verdura ogni giorno, gli obiettivi dello snack di frutta offerto ogni settimana, le modalità di distribuzione

RIFERIMENTO

Referente aziendale progetto WHP
Tel. 030/7103060



MAGGIO A TAVOLA



BROCCOLO, BROCCOLO ROMANESCO, FINOCCHIO, SPINACI, PISELLI, INDIVIA, CARCIOFO, RUCOLA, TARASSACO, CRESCIONE, LATTUGA, CETRIOLO, LAMPONE, CILIEGIA, FRAGOLA, RABARBARO, CIPOLLA, PATATA, ACETOSA, AGLIO FRESCO, SCALOGONO, BIETOLA, ASPARAGO, CAROTA, FAVA.

Area di refezione

Mandy Group

DESTINATARI

Dipendenti

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Riunione tra referenti WHP per definire i punti operativi del progetto (criteri di scelta del fornitore, calcolo della quantità di frutta sufficiente, budget mensile, strumenti necessari a supporto, dove predisporre la frutta, come comunicare ai dipendenti)

Presentazione dell'iniziativa alla Direzione e approvazione da parte della stessa

Sondaggio interno su fruttivendoli vicino alla nostra sede con buona qualità di frutta

A tutto il team interno è stata inviata una mail per ricevere segnalazioni di fornitori conosciuti

Selezione delle varie proposte di fornitore in base a recensioni, miglior offerta e comodità di ordine/consegna

Accordo via mail con fornitore selezionato

per stabilire costi, scontistiche, modalità di acquisto, fatturazione e giorni di ordine/consegna

Acquisto di un tavolo e di strumenti a supporto del consumo di frutta (es. schiaccianoci, spelucchino, tagliamela, forbici, vassoi, tovaglioli e piatti monouso di carta)

Predisposizione di un angolo all'interno dell'area di refezione comune e allestimento del tavolo dedicato alla frutta con strumenti per mondarla a disposizione di tutti

Accordo con l'impresa di pulizia per igienizzazione e lavaggio area dedicata e strumenti

È stata segnalata al personale dell'impresa di pulizie (già ns fornitore per consueta pulizia degli spazi di lavoro) l'aggiunta del tavolo dedicato e degli strumenti a cui prestare particolare attenzione

Predisposizione grafica di locandine da parte del settore marketing e loro affissione sul tavolo dedicato e sul frigorifero nell'area di refezione

Invio di una mail a tutto il team per informare




FRUTTA E VERDURA: 5 PORZIONI AL GIORNO

Frutta e verdura sono cibi essenziali per un'alimentazione sana e varia. Contengono acqua, vitamine, minerali, fibre e altre sostanze protettive, capaci di rafforzare le difese del nostro organismo. Danno un senso di sazietà che aiuta a controllare l'apporto calorico (ma attenzione a non esagerare con i condimenti!), contribuiscono ad abbassare i livelli di colesterolo nel sangue e a combattere i radicali liberi, responsabili di malattie degenerative e invecchiamento delle cellule.

Per ottenere tutti questi vantaggi, è necessario scegliere ogni giorno **5 porzioni tra frutta e verdura** di stagione e di colori diversi, ognuno dei quali corrisponde a principi nutritivi. Così si coprono i fabbisogni dell'organismo.

UNA PORZIONE CORRISPONDE A

- Un frutto medio o due/tre piccoli
- Un piatto di insalata o di verdure cotte o crude
- Una coppetta di macedonia
- Un bicchiere di succo di frutta

COSÌ È PIÙ FACILE ARRIVARE A 5

Aggiungi frutta fresca ai cereali della colazione o allo yogurt •
Scegli un frutto, un frullato o una macedonia come spuntino •
Usa la frutta per farcire e decorare i dolci •
Comincia il pasto con un'insalata mista e colorata •
Aggiungila ai tuoi piatti verdura cruda o cotta •

il personale dell'attivazione dell'iniziativa. Inoltre, essendo una piccola realtà aziendale, la maggior parte delle comunicazioni avviene verbalmente durante le pause

Effettuazione ordine e consegna della frutta

L'ordine viene effettuato tramite il sito del fruttivendolo il venerdì, indicando eventuali preferenze. La consegna viene effettuata tutti i lunedì mattina, per poi essere posizionata sul tavolo dedicato e messa a disposizione di tutti. Nei periodi molto caldi, alcuni frutti vengono messi in frigorifero

Attivazione scontistica

Per poter incentivare il consumo di frutta anche al di fuori dell'orario lavorativo, è stato siglato un accordo con il fruttivendolo che prevede l'effettuazione del 10% di sconto per ogni dipendente su ogni ordine con consegna gratuita in azienda

STRUMENTI UTILIZZATI

- Tavolo dedicato per frutta e strumenti a supporto per il suo consumo (es. schiaccianoci, spelucchino, tagliamela, forbici, vassoi portafrutta, tovaglioli e piatti

Area di refezione

- monouso di carta)
- Programma di grafica per locandina

BUDGET

Costo di ca € 30 a settimana (a spese dell'azienda) per la frutta

Costo tavolo e strumenti a supporto del consumo di frutta (ca € 100)

Costo del personale interno per progettazione dell'iniziativa

RISORSE DI PERSONALE

- 3 dipendenti

MODALITA' DI INGAGGIO

DEI DESTINATARI

- Prima comunicazione via mail: è stata inviata una mail a tutto il team per informarli dell'attivazione dell'iniziativa
- Locandine: le locandine affisse nella stanza di refezione comune segnalano i frutti di stagione mensili e riportano messaggi sui benefici della frutta
- Messaggi verbali: nei momenti di pausa o

di incontro spesso si esorta verbalmente al consumo di un frutto

DOCUMENTAZIONE

NECESSARIA

Contratto con fruttivendolo

RIFERIMENTO

g.bettinardi@mandygroup.it

Tel. 030/7050551



Area di refezione

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutti i dipendenti, le dipendenti, i collaboratori e le collaboratrici

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

Condivisione dell'ipotesi di iniziativa con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale

Rivalutazione dello spazio da dedicare all'area ristoro

Lo stabile, di recente ristrutturazione, già prevedeva una zona da dedicare all'area ristoro/refezione dotata di alcuni elettrodomestici (frigorifero, forno a microonde, piano a induzione, tostapane) e del boccione dell'acqua. In questa fase si è quindi valutato come ottimizzare al meglio

lo spazio e dotarlo di materiale informativo sempre a disposizione

Definizione di un regolamento per l'utilizzo dello spazio

A partire da un regolamento già in vigore sono stati introdotti altri aspetti. Il regolamento contempla:

- Utilizzo in sicurezza degli elettrodomestici
- Sanificazione dello spazio utilizzato per il pranzo
- Corretta gestione dei rifiuti
- Gestione del boccione dell'acqua

Predisposizione e stampa del materiale informativo

L'Ufficio Sistemi di Gestione e progetti interni, di concerto con il responsabile informatico, ha ricercato su siti istituzionali materiale informativo in tema di corretta alimentazione con l'obiettivo di aiutare il personale a costruire dei pasti equilibrati. Sono state predisposte locandine e tovagliette che, al bisogno, vengono ristampate

Individuazione e contatto con fornitore di frutta fresca di stagione

A partire dall'individuazione del fabbisogno

aziendale sono stati raccolti alcuni preventivi per il servizio da aziende ubicate sul territorio nei pressi dell'azienda e stipulato un accordo scritto che contiene:

- Frequenza del servizio (settimanale)
- Determinazione fabbisogno effettivo dopo periodo di prova (in relazione all'effettivo consumo)
- Modalità di consegna (tavolo area ristoro)
- Selezione frutta per stagionalità
- Prezzo (frutta e trasporto)

Messa disposizione della frutta acquistata 1 volta alla settimana

Alle ore 09,00 il fornitore individuato accede all'area ristoro e lascia il cesto della frutta a disposizione. Contestualmente, in quella sede, ritira il cesto della settimana precedente

PARTNERSHIP

Fornitore della frutta

BUDGET

Circa € 100,00 per l'acquisto di 500 tovagliette in carta riciclabile usa e getta

Circa € 25,00 alla settimana per il costo della frutta

RISORSE DI PERSONALE

- 2 persone dell'Ufficio Sistemi di gestione

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Sulla rete intranet viene pubblicata la programmazione delle iniziative che l'azienda mette in atto nell'ambito del programma WHP
- All'avvio della Buona pratica incontro con Medico Competente per sostenere sana alimentazione e consumo di frutta
- Invio di mail di rinforzo al messaggio

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemidigestione@farco.it

Area di refezione

Gerard's C.D srl

DESTINATARI

Tutti i lavoratori

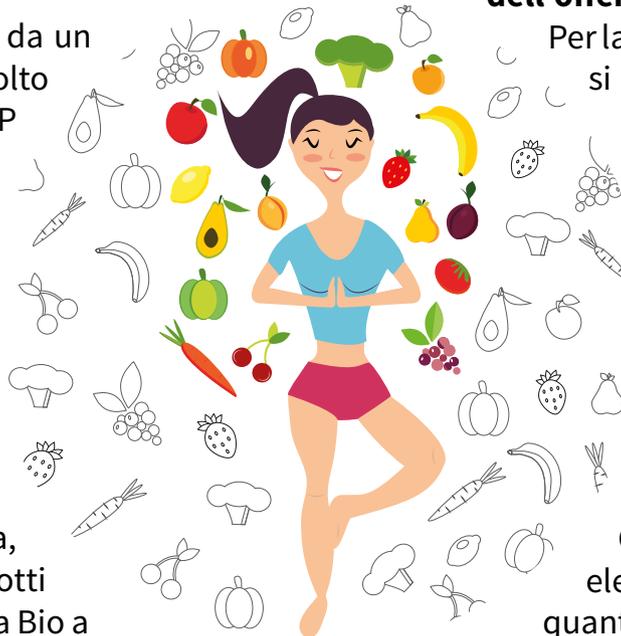
DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

In base a quanto emerso da un questionario anonimo rivolto ai dipendenti, il team WHP ha raccolto le principali richieste e, seguendo le indicazioni del Manuale delle Buone Pratiche, ha deciso di creare due aree di refezione in cui vengono messi a disposizione settimanalmente e gratuitamente acqua, tisane e integratori prodotti dall'azienda e frutta fresca Bio a



km 0. In una delle due aree ci sono anche un frigorifero e due forni a microonde

Definizione del budget

Prima di procedere con l'attivazione delle diverse azioni è stato necessario definire il budget a disposizione per la realizzazione dell'iniziativa

Individuazione dei fornitori e raccolta dell'offerta economica

Per la fornitura di acqua e frutta si è scelto di collaborare in modo continuativo con attività della zona capaci di offrire un ottimo servizio ad un prezzo accessibile. Le tisane vengono invece ordinate online in base alle necessità

Stipula accordo scritto con fornitori

Gli accordi contengono elementi riferiti ai quantitativi di acqua/frutta



Area di refezione

necessari, alla frequenza e modalità di consegna e ai costi

Preparazione strumenti comunicazione

Il Referente WHP e l'ufficio marketing hanno predisposto una locandina generale che contiene tutte le informazioni dell'iniziativa e una locandina specifica che spiega i benefici di assumere frutta fresca. Le locandine sono state affisse nelle aree di refezione

Monitoraggio

Nella fase iniziale si è provveduto a monitorare i consumi e raccogliere le segnalazioni/suggerimenti dei lavoratori. L'attività di monitoraggio è stata fondamentale soprattutto per regolare la fornitura di frutta ed evitare sprechi

BUDGET

€ 3.500,00

RISORSE DI PERSONALE

- 4 persone del team

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Locandina affissa all'interno delle aree di refezione
- Invio della comunicazione all'e-mail aziendale

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Contratto di fornitura

RIFERIMENTO

customercareitalia@gerards.com

Buona pratica 1.6

ALTRE INIZIATIVE VALIDATE

Smart dish challenge

AiFOS

OBIETTIVI

- Proseguire con le buone abitudini alimentari anche durante il periodo di smartworking incentivando un'alimentazione equilibrata e curata anche nella presentazione
- Mettere in pratica le indicazioni fornite dalla nutrizionista durante il corso dell'anno precedente in merito alla preparazione di un pasto sano
- Realizzare un'iniziativa coinvolgente ed aggregante, che permettesse di interagire con i colleghi in un contesto informale e ludico - seppur a distanza - attivando la propria creatività

DESTINATARI

Tutti i lavoratori

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Si può organizzare l'iniziativa su più date nel corso dell'anno, magari legandola all'uso, nelle ricette, di prodotti stagionali

AZIONI

Idea progettuale

Riunione team del progetto WHP per identificare la possibilità di realizzare un «concorso/sfida» tra i colleghi, in cui premiare il migliore e più bel piatto sano preparato dallo staff in un dato giorno

Definizione regolamento della challenge e budget di progetto

Riunione dei Responsabili WHP con Responsabile Grafica per la definizione del regolamento, del budget di progetto e del

CONCORSO SMART DISH CHALLENGE
SCATTA E VOTA IL MIGLIOR PIATTO
 Vinci un buono da 20€ da consumare presso Animo Cucina Naturale

Come sapete AiFOS e Animo Cucina Naturale hanno aderito, a luglio 2018, al programma di Promozione della Salute negli ambienti di lavoro e di Migliorare i nostri Stipendi (WHP).
 Grazie a questa adesione tutti i nostri Network ha l'opportunità di approfittare alcune tematiche legate alla salute e al benessere dei dipendenti.

In questo momento particolare in cui siamo stati costretti a modificare le nostre abitudini e le nostre vite, è molto importante continuare a fare attività fisica e curare la propria alimentazione.

In attesa della "soluzione challenge" da programma ufficiale, lanciamo lo "Smart Dish Challenge".
 Si svolgerà nei seguenti giorni:

Venerdì 9 luglio **Venerdì 11 luglio**

Manda nella chat Skype AiFOS amarcivoglio una fotografia del tuo piatto del giorno nel gruppo in condivisione specificando:
 • Descrizione del piatto
 • Ingredienti utilizzati

Intorchiati salutati:
 • Presentazione del piatto
 • Equilibrio di macro nutrienti (carboidrati, proteine, grassi)
 • Presenza frutta/verdura

La gara sarà composta da **tutto lo staff AiFOS**, il vincitore sarà colui e colui che si aggiudicherà **più like!**
 (Vale come voto qualsiasi reazione in chat alla foto)

Ognuno può votare **un solo piatto!**

La gara termina nei giorni previsti per il concorso potrà essere **15 minuti in più!** Le fotografie vanno inviate in chat **entro le ore 11.00** Chi ambisce la partecipazione

Prize: Un buono da € 20,00 da consumare presso **Animo Cucina Naturale** (Stato Roma, NO Roma)

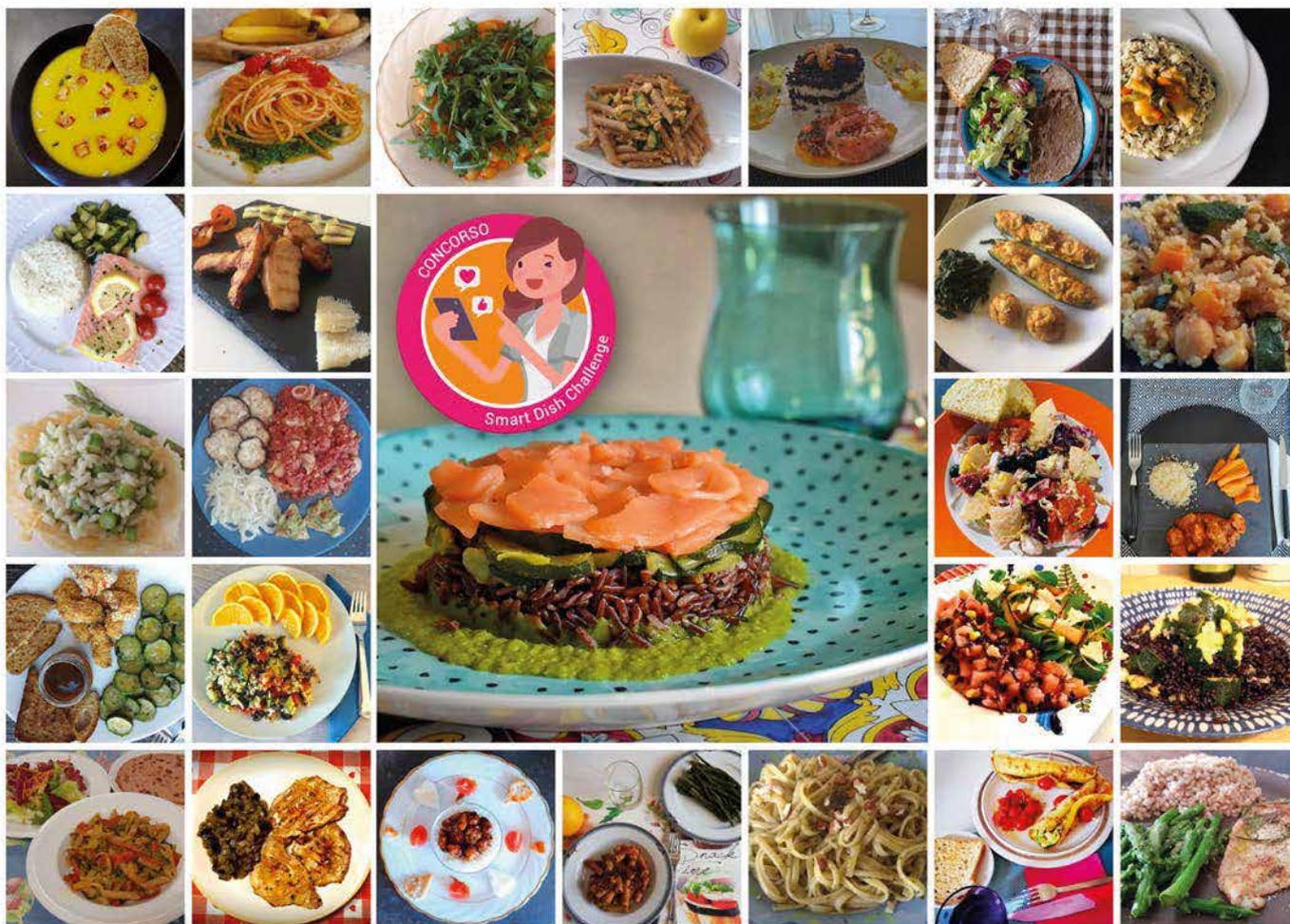
AiFOS



CONCORSO SMART DISH CHALLENGE

Mercoledì 8 aprile

1° posto: **Marina**



Smart dish challenge

partner esterno da coinvolgere.

- *Definizione date* del concorso
- *Svolgimento challenge*: inviare nella chat Skype smartworking una fotografia del piatto del pranzo nel gruppo in condivisione specificando descrizione del piatto e metodo di cottura
- *Criteri di valutazione*: presentazione del piatto, equilibrio di macronutrienti (carboidrati, proteine, grassi), presenza frutta/verdura
- *Modalità di voto*: la giuria sarà composta da tutto lo staff AiFOS, il vincitore sarà colui o colei che si aggiudicherà più like. Ognuno può votare un solo piatto
- *Premi*: Buono di € 20,00 (ad edizione del concorso) da spendere in un ristorante che realizza piatti vegetariani e salutari, con prodotti di stagione (da spendere anche per asporto). In alcune edizioni è stato ridotto l'ammontare del premio per poter aumentare il numero dei premiati (es. edizione autunnale: 3 premi + menzione speciale)

Lancio del concorso tra lo staff

A tutto lo staff è stata inviata una mail per condividere l'iniziativa, allegando la scheda del Regolamento contenente tutte le indicazioni utili a partecipare alla challenge

Svolgimento challenge

Nelle date prefissate è stato dato il via alla challenge. I partecipanti hanno condiviso all'interno della chat comune di Skype la fotografia del proprio piatto, con una breve descrizione del contenuto. Tutti i partecipanti (ma anche i colleghi che non hanno preparato alcun piatto) hanno potuto esprimere la propria preferenza inserendo una "reazione-like" di Skype sotto la fotografia. Nei giorni dedicati alla sfida culinaria, la pausa pranzo era prolungata per tutti a 75 minuti, in modo da garantire una preparazione del pasto più accurata anche in termini di tempo

Definizione e comunicazione vincitore e consegna premio

Una volta contati i voti, sempre tramite la chat comune, il Segretario generale (per la nostra struttura figura dirigenziale) comunicava il vincitore ("chef" che aveva ottenuto più like) tramite l'inserimento in chat di un collage



CONCORSO
Smart Dish Challenge

AUTUMN EDITION

CONCORSO SMART DISH CHALLENGE
SCATTA E VOTA IL MIGLIOR PIATTO
Vinci un **buono** da consumare presso
Animo Cucina Naturale

AIFOS e Aifos Service hanno aderito, a luglio 2018, al programma di Promozione della Salute negli ambienti di lavoro / Workplace Health Promotion (WHP). Grazie a questa adesione tutto il nostro network ha l'opportunità di approfondire diverse tematiche legate alla salute e sul benessere dei dipendenti.

Il concorso Smart Dish Challenge lanciato nel mese di Aprile 2020 ha avuto molto successo ed abbiamo erogato n. 5 buoni da € 20,00 da consumare presso Animo Cucina Naturale.

Il giorno **Venerdì 30 ottobre 2020** riattiviamo il concorso con un'edizione speciale riguardante la stagione autunnale.

Manda nella chat Skype Aifos smartworking una fotografia del tuo piatto del pranzo nel gruppo in condivisione specificando:

- Titolo del piatto e ingredienti principali

Verranno valutate:

- Presentazione del piatto
- Creatività
- Equilibrio di macronutrienti (carboidrati, proteine, grassi)
- Presenza frutta/verdura

La giuria sarà composta da tutto lo staff AIFOS, il vincitore sarà quello che si aggiudicherà più like! (vale come voto qualsiasi reazione in chat alla foto) **Ogni persona può votare massimo 2 piatti.**

La pausa pranzo potrà durare **75 minuti**. Le fotografie vanno inviate in chat **dalle ore 12.00 alle ore 15.00**.

Premio da consumare presso Animo Cucina Naturale, Viale Europa, 60 - Brescia

- 3 buoni da € 7,00 Porzione piccola (1 o 2 scelte)

Menzione speciale per piatto in stile Halloween

- 1 buono da € 11,00 Porzione piccola (1 o 2 scelte) + dolce

AIFOS
PROMUOVENDO IL BENESSERE

delle foto di tutti i piatti con al centro il vincitore. Veniva poi inviato via mail il buono da spendere

Ricettario

Come fase successiva al concorso e per dare continuità all'iniziativa, sono state raccolte le ricette dei piatti presentati al concorso ed è stato creato un ricettario, organizzato in sezioni (piatti unici, primi, secondi...) con le fotografie, il nome dell'autore e il dettaglio della ricetta con ingredienti, dosi e modalità di preparazione

STRUMENTI UTILIZZATI

- Programmi di grafica per la realizzazione del regolamento e dell'immagine coordinata
- Chat Skype comune a tutti i colleghi (in alternativa per realtà aziendali più grandi, si possono utilizzare altri strumenti a disposizione come intranet, app)

Smart dish challenge

PARTNERSHIP

Ristorante/negozio di prodotti naturali che possa offrire proposte di prodotti alimentari sani

BUDGET

- Costo del personale interno per le ore impiegate nella progettazione dell'iniziativa
- Costo orario dipendenti per «*pausa pranzo prolungata*» a 75 minuti durante i giorni delle sfide
- Costi dei buoni spendibili presso il ristorante scelto come partner

RISORSE DI PERSONALE

- Referente WHP
- Servizio Relazioni esterne e comunicazione
- Servizio Immagine e Grafica
- Tutto il personale coinvolto nel concorso

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Immagine coordinata del progetto: l'ufficio

Grafica e Immagine interno ha realizzato l'immagine coordinata del progetto, per poter rendere immediatamente riconoscibili le varie comunicazioni relative all'iniziativa e per rendere il tutto più gradevole ed accattivante.

- Comunicazioni via mail: con l'ufficio Relazioni esterne e Comunicazione è stato definito il testo della mail da inviare a tutto lo staff per condividere l'iniziativa, allegando la scheda del Regolamento contenente le indicazioni utili a partecipare alla challenge.
- Comunicazioni informali via chat: i giorni della sfida culinaria, venivano condivise nella chat Skype comune a tutto lo staff immagini «*memo*» per ricordare di partecipare, così come successivamente al conteggio dei voti veniva comunicato sempre via chat il vincitore del concorso con un collage delle foto di tutti i piatti.

RIFERIMENTO

maria.frassine@aifos.it



Orto solidale

I.V.A.R. SPA

OBIETTIVO

- Creare un luogo di integrazione e di inclusività di persone in situazioni di svantaggio e bisogno
- Incrementare il consumo di verdura a Km 0 tra i dipendenti

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

6 mesi l'anno, 1 giorno a settimana

AZIONI

Stesura di un contratto di comodato d'uso gratuito tra IVAR e la Cooperativa Sociale per l'affidamento dell'attività

Nel capitolato viene specificato:

- L'oggetto
- La durata
- Gli obblighi del comodatario
- Lo stato dell'immobile

- L'assicurazione.

Riqualificazione di un terreno di proprietà dell'azienda

Sono stati incaricati artigiani esterni nelle attività di aratura del terreno, delimitazione del perimetro del terreno con una rete metallica, creazione di una rete idrica, installazione di un bagno chimico, illuminazione

Acquisto delle attrezzature necessarie alla coltivazione: cassoni di legno rialzati (successivamente tinteggiati dagli utenti della cooperativa), casetta di legno per attrezzi

Attività di orticoltura

Gli operatori della cooperativa svolgono l'attività di orticoltura

Allestimento Gazebo

Allestimento di una zona provvista di gazebo e tavolini all'interno del cortile IVAR quale punto di consegna / vendita di ortaggi a KM 0 ai dipendenti di IVAR ed alla comunità locale nei giorni dedicati previa prenotazione via messaggio ad un numero dedicato. La vendita dei prodotti è a carico della cooperativa

Predisposizione di materiale di comunicazione

Predisposizione, da parte dell'ufficio marketing di IVAR, di un volantino per pubblicizzare la vendita e pubblicazione dello stesso sulla intranet aziendale ogni lunedì dopo aver ricevuto da parte della cooperativa la disponibilità di verdura della settimana **Donazione alla cooperativa** di tutto quanto viene ricavato dalla vendita dei prodotti

PARTNERSHIP

Cooperativa Sociale

BUDGET

2 contributi fondamentali: un bando di Fondazione Cariplo e uno della Cassa Rurale

RISORSE DI PERSONALE

- Artigiani, volontari, utenti della Cooperativa, dipendenti IVAR dell'ufficio personale e dell'ufficio marketing



Orto solidale



MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

Canali social, intranet aziendale e video bacheche interne all'azienda

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Contratto di comodato d'uso gratuito del terreno che include durata, responsabilità, assicurazione a carico del comodatario, volantino per la vendita

RIFERIMENTO

Ufficio del personale
personale@ivar.it

PRATICHE PER FAVORIRE L'ADOZIONE COMPETENTE E CONSAPEVOLE DI UNO STILE DI VITA ATTIVO

- 2.1 SCALE PER LA SALUTE
- 2.3 OPPORTUNITÀ PER SVOLGERE ATTIVITÀ FISICA
- ALTRE INIZIATIVE VALIDATE

Buona pratica 2.1

SCALE PER LA SALUTE

OBIETTIVO

Promuovere e incentivare l'uso delle scale in sostituzione dell'ascensore

Migliorare il contesto fisico ove sono ubicate le scale (sicurezza, illuminazione, pulizia, etc.)

Scale per la salute

AiFOS

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Continuativa

AZIONI

Idea progettuale

Riunione team del progetto WHP per identificare la possibilità di realizzare materiali di comunicazione per incentivare l'utilizzo delle scale

Progettazione materiali

- Poster infografiche su attività fisica, numeri e curiosità, vantaggi del movimento per la salute; vantaggi del movimento per mente e umore
- Poster da affiggere al piano -1 (zona parcheggio), piano 0 e piano uffici vicino alle scale e agli ascensori
- Video pillole con le informazioni dei poster e delle infografiche
- Quiz per incentivare la visione dei video: per

invogliare i colleghi a visualizzare i video e contemporaneamente ad utilizzare le scale sono stati realizzati alcuni semplici quiz con domande a carattere ironico

Creazione pagina dedicata allo staff su piattaforma Vimeo e caricamento video

È stata creata una apposita pagina riservata allo staff su piattaforma Vimeo, dove si accede solo tramite password

Diffusione iniziativa

Diffusione dei poster e delle infografiche e dei video (tramite mail)

STRUMENTI UTILIZZATI

- Piattaforma Vimeo
- Programmi grafici per la realizzazione dei poster e dei video

BUDGET

Costo personale o professionista per la realizzazione dei materiali di comunicazione.

RISORSE DI PERSONALE

- Referente WHP

Scale per la salute

Salire **48 gradini** al giorno ti permette di bruciare **21 Calorie** in più.
 Ogni gradino = **0,28-0,48 Kcal** (media).



Salire le scale
 una volta brucia il
 doppio (24 vs 48 Kcal)
 e il 50% di grassi.

Ma se vuoi
 2 volte al giorno
 per 10 giorni
 bruciare l'equivalente
 di una pizza!



Scale per la salute

Scendere le scale ogni tanto sempre salite ti
 permette di allentare i muscoli delle gambe e
 l'addome.

È importante scendere a scende, ma anche scendere!



Scale per la salute

Salire il letto dall'addormentato = 2 kcal.
 Salire in volo 2 volte al giorno
 per 10 giorni = una pizza!





Scale per la salute VANTAGGI PER LA SALUTE

Salire e scendere le scale più volte al giorno contribuisce a raggiungere **30/60 minuti** di attività fisica quotidiana raccomandati dall'OMS e di ottenere risultati significativi in termini di salute.

Aumenta o mantiene la **forza muscolare** e migliora l'efficienza dei **muscoli delle gambe**.



È un'attività **aerobica**, genera una **respirazione** più profonda e aumenta il **battito cardiaco**.



Può ridurre la probabilità di soffrire di **problemi cardiovascolari** e può contribuire a ridurre i livelli di **colesterolo**.



Favorisce il **buon funzionamento** dell'intestino.



Contribuisce a bruciare **calorie** e mantenere il **peso nella norma**.



Migliora l'**equilibrio** e la **coordinazione**.



www.aifos.org



Scale per la salute NUMERI E CURIOSITÀ

Salire o scendere le scale? Durante la salita i muscoli principalmente coinvolti sono il **gluteo**, il **quadricipite femorale** e i **muscoli del polpaccio**. Durante la discesa sono invece quelli del **"core"** e i **bicipiti femorali**. Per questo si raccomanda sia di salire che scenderle.

Salire **2 gradini** alla volta è un **escamotage** per allenare i **muscoli delle gambe** e dei **glutei**.



Per ottenere maggiori benefici per la salute, bisognerebbe salire le scale **dai 3 ai 5 giorni a settimana**.



Una persona del peso di **65 kg** può bruciare **circa 500 kcal all'ora*** salendo e scendendo le scale.



*Il reale consumo calorico dipende da diverse variabili, tra cui la velocità di esecuzione dell'esercizio, il numero di gradini, il peso e l'IMC.

Un **allenamento sulle scale** è una sfida per le prestazioni atletiche anche per le persone che già hanno una buona forma fisica.



www.aifos.org

Scale per la salute

- Servizio Relazioni esterne e comunicazione
- Servizio Immagine e Grafica

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Immagine coordinata del progetto: l'ufficio Grafica e Immagine interno ha realizzato l'immagine coordinata del progetto, per poter rendere immediatamente riconoscibile le varie comunicazioni relative all'iniziativa e per rendere il tutto più gradevole e accattivante
- Comunicazioni via mail: nel momento di affissione dei poster è stata inviata una prima mail per condividere con lo staff l'iniziativa. Sono state poi inviate altre mail con:
 - Link e password per visualizzare i video
 - Quiz per coinvolgere in una sfida i colleghi e invogliarli a visionare i video (le risposte alle domande si ritrovavano nelle informazioni contenute nei video)

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Nel caso in cui lo stabile non sia di proprietà di chi affigge i poster, chiedere preventivamente l'autorizzazione a poterli posizionare nelle zone comuni e di passaggio.

RIFERIMENTO

maria.frassine@aifos.it



AIFOS

SCALE PER LA SALUTE

Ciao Maria,

per proseguire nelle nostre iniziative nel Network AIFOS all'interno del programma WHP ti proponiamo un progetto dedicato alla tematica dell'attività fisica che abbiamo chiamato "Scale per la Salute".

Avrai forse notato che in sede sono stati affissi alcuni poster nelle zone adiacenti a scale e ascensori e delle infografiche nelle aeree sala da pranzo/office break.

I contenuti delle infografiche e dei poster sono riassunti in brevi **pillole video** che trovate raccolti in uno **streaming su Vimeo** e cui puoi accedere con la password **12345678**.

Abbi cura del tuo corpo, è l'unico posto in cui dovrai vivere!

GUARDA LE VIDEO PILLOLE
password: **12345678**

f t in y v

Buona pratica 2.3

OPPORTUNITÀ PER SVOLGERE ATTIVITÀ FISICA

OBIETTIVO

Contrastare la sedentarietà e promuovere uno stile di vita dinamico e attivo attraverso:

- L'organizzazione di "Gruppi di cammino" aziendali e la formazione di Walking Leader interni
- L'attivazione di collaborazioni con Enti Locali e Associazioni (Associazioni di promozione sociale e sportiva, ecc.) per l'individuazione di percorsi per camminare o andare in bicicletta nei pressi dell'azienda
- La promozione e l'organizzazione di iniziative sportive aziendali

- L'incoraggiamento alla partecipazione a tornei organizzati da altri soggetti, anche attraverso l'attivazione di collaborazioni con Associazioni di promozione sociale e sportiva e il coinvolgimento dei soggetti che organizzano attività culturali e ricreative per i dipendenti nel tempo libero (Dopolavoro, CRAL)

Energy run evento podistico

AB Impianti

DESTINATARI

Dipendenti

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

1 giornata all'anno

AZIONI

Idea progettuale

Incontro del team WHP all'interno del quale, a rinforzo di altre pratiche di incentivazione di uno stile di vita attivo e delle Buone pratiche previste dal Manuale delle Buone Pratiche, si è deciso di sviluppare questa azione ed è stato definito il budget da dedicare

Definizione accordi con enti locali

La corsa podistica percorre strade pubbliche e sentieri all'interno del Parco dell'Oglio, si sono quindi contattati gli enti interessati per presentare l'idea dell'evento e una volta ottenuta l'autorizzazione, in accordo con loro si è provveduto a definire la data dell'evento, il percorso e il supporto che avrebbero garantito per gestire il traffico, ove necessario,

e a mettere a disposizione del personale per la messa in sicurezza dei sentieri. Inoltre ci si è accordati per poter avere a disposizione gli spazi del campo sportivo per poter pranzare e posizionare giochi per bambini (gonfiabili). A fronte del supporto e servizi offerti dal Comune di Villachiera e dai Volontari del Parco dell'Oglio, l'azienda ha concordato un riconoscimento economico sotto forma di libera offerta

Preparazione strumenti comunicazione

Il Referente WHP e l'ufficio marketing hanno predisposto una locandina che contiene tutte le informazioni dell'iniziativa e il regolamento

Promozione dell'evento

La locandina è stata inviata via mail a tutti i dipendenti dotati di mail aziendale, esposta nelle bacheche WHP dei reparti produttivi e mostrata sui totem disposti all'interno delle sedi

Raccolta iscrizioni

Tramite la locandina sono state fornite tutte le informazioni per raccogliere le adesioni alla partecipazione dell'evento, quindi i nominativi delle persone, le relative taglie della maglietta



SCALDATE I MUSCOLI...

È in arrivo la seconda edizione della AB ENERGY RUN

**DOMENICA
29 MAGGIO
ORE 10:00**

Partenza:
Sede **AB** di Villachiarà
Via Roma, 60

Si tratta di una corsa non competitiva aperta ai dipendenti AB e ai familiari di ogni età!

Una maglietta per tutti gli iscritti e per i più piccoli una medaglia. Verranno premiati i primi 5!

Pranzo e giochi per bambini presso il campo sportivo di Villachiarà.

Per iscriverti scansiona il QRcode e compila il questionario **entro il 29 aprile** oppure manda una mail a **whp@gruppoab.com** o chiama Noemi al numero **030 9400319**



Energy run evento podistico

e l'eventuale presenza a pranzo. L'iscrizione è avvenuta compilando un questionario online accessibile tramite lettura qr code

Gadget dell'evento

Al fine di incentivare l'iscrizione e promuovere l'evento e l'immagine dell'azienda si è definito di donare a tutti i partecipanti una maglietta dell'evento. Una volta individuato il fornitore, insieme all'ufficio marketing è stata definita la grafica. Si è quindi provveduto a raccogliere e successivamente accettare il preventivo e a formalizzare il relativo ordine in base al n° e taglie degli iscritti. La maglietta viene consegnata a tutti i partecipanti (dipendenti e non)

Si è inoltre deciso di fornire a tutti i bambini iscritti e ai premiati di ogni categoria, un ulteriore gadget: la medaglia dell'evento. Seguendo un iter analogo a quello per la maglietta, si è quindi proceduto all'acquisto delle medaglie

Gestione emergenza

Tramite apposito portale online si è provveduto a prenotare il servizio dell'ambulanza durante l'evento

Sistemazione percorso

Una volta definito il percorso, i volontari hanno proceduto alla sua pulizia e messa in sicurezza e il giorno precedente all'evento sono state posizionate le indicazioni della direzione del percorso

Realizzazione dell'evento podistico

Alle ore 09.00 di una domenica mattina, ci si ritrova in un punto prestabilito e alle 10.00 inizia la corsa non competitiva aperta al personale dipendente e ai familiari

Premiazione

Ogni bambino è stato premiato con la consegna della medaglia all'arrivo. Alla fine dell'evento sono stati premiati i migliori 5 classificati per categoria maschile e femminile

Allestimento punto ristoro

Durante il percorso è stato allestito un punto di ristoro con acqua e alla fine del percorso oltre a bevande sono stati messi a disposizione frutta e snack salutari

Organizzazione pranzo

Agli iscritti all'evento è stata data anche la possibilità di partecipare al pranzo gestito dai volontari del campo sportivo di Villachiarà



Energy run evento podistico

Il menu e i relativi costi sono stati resi noti tramite la locandina dell'evento

Allestimento area giochi per bambini

Adiacente alla zona pranzo è stata allestita un'area bimbi attrezzata con gonfiabili.

PARTNERSHIP

- Comune di Villachiarà
- Volontari Parco Oglio Nord
- 1 Farmacia della zona

BUDGET

- Indicativamente € 10 a partecipante per magliette, medaglie, ristoro, premi,..
- Contributo libero al Comune e ai volontari
- € 0,04 per ogni tovaglietta
- € 200 premi raccolti tramite sponsor locali

RISORSE DI PERSONALE

- 2 persone per parte organizzativa avviata con almeno 1 mese di anticipo
- 8 persone il giorno dell'evento per supporto lungo il percorso, aree ristoro, consegna maglie e medaglie

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Locandina visualizzata su totem e affissa in punti strategici
- A chi possiede mail aziendale invio di specifica comunicazione
- Giro reparti e uffici da parte dei membri del Team WHP

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Autorizzazione del comune ospitante (semplice invio richiesta via mail)

RIFERIMENTO

Referente del Progetto WHP
whp@gruppoab.com



GRUPPO DI CAMMINO



PUNTO DI RITROVO

Energy walking

AB Impianti

DESTINATARI

Dipendenti

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Durante l'anno ad eccezione dei mesi di luglio-agosto e dicembre-gennaio

AZIONI

Idea progettuale

Durante l'incontro periodico del team WHP, si sono analizzate le possibili buone pratiche da adottare per l'incentivazione di uno stile di vita attivo. Si è deciso di sviluppare questa azione ed è stato definito il relativo budget da dedicare

Individuazione Walking Leader

È stata inviata una comunicazione via mail a tutti i dipendenti per informarli dell'iniziativa e richiedendo la disponibilità ad effettuare la funzione di accompagnatore del gruppo

Partecipazione percorso formativo

Gli operatori che hanno dato la loro disponibilità sono stati iscritti al percorso di formazione per

Walking Leader organizzato da ATS Brescia

Definizione giorni e orari di uscita del Gruppo di Cammino

La scelta del numero di giorni in cui effettuare le camminate, dei giorni e degli orari è stata fatta dal Team WHP considerando i destinatari dell'iniziativa, il n° di Walking leader e gli orari di lavoro, oltre a raccogliere i pareri dei lavoratori che in fase preliminare si erano mostrati interessati all'iniziativa. Si sono quindi costituiti 2 gruppi: uno rivolto soprattutto agli operai in cui l'uscita avviene prima dell'inizio dell'orario lavorativo, quindi dalle 7.00-8.00, il secondo rivolto agli impiegati in cui l'uscita coincide con la pausa pranzo, quindi dalle 12.30-13.30. Per entrambi si è deciso di non fare l'uscita tutti i giorni, ma limitarla a 3 giorni alla settimana, questo per poter assegnare almeno due walking leader ad uscita

Preparazione strumenti comunicazione

Il Referente WHP e l'ufficio marketing hanno predisposto una locandina che contiene tutte le informazioni dell'iniziativa e il regolamento

AB ENERGY walking

**GRUPPO DI CAMMINO
Per stare bene insieme!**

Il nostro percorso verso un luogo di lavoro più sano e attivo
ha fatto un altro passo in avanti:
il primo periodo dell'iniziativa del Gruppo di Cammino
avviata a settembre si è conclusa e **insieme abbiamo percorso oltre**
100 km!
Ringraziamo tutti i partecipanti.
Vi aspettiamo numerosi alla ripresa a Febbraio 2022!

Per iscrizioni o per informazioni contattare:
e-mail: whp@gruppoab.com
mob: 335.1799332 - Paolo / 030.9400319 - Noemi

L'attività verrà svolta nel pieno rispetto dei protocolli anti Covid per le attività sportive

Interno 5000 Settore
Regione Lombardia
ATS Brescia

CONFINDUSTRIA
Brescia

Promozione evento

È stata inviata una mail a tutti i dipendenti delle diverse sedi interessate e diffusa la locandina sui totem aziendali e nelle bacheche WHP. Inoltre sono stati ingaggiati i Walking Leader come ambassador per la promozione dell'iniziativa e raccolta adesioni

Raccolta iscrizioni

I dipendenti interessati all'adesione al Gruppo di Cammino, si sono iscritti contattando via mail o telefonicamente i membri del Team WHP

Costruzione chat del Gruppo di Cammino

Gli iscritti sono stati inseriti in una chat aziendale creata con la finalità di favorire un costante scambio di informazioni utili per la gestione dell'iniziativa

Gadget dell'evento

Al fine di incentivare l'iscrizione e promuovere l'evento e l'immagine dell'azienda si è definito di fornire ai partecipanti dei gadget come premi per il raggiungimento di precisi obiettivi (es. dopo 10 uscite una maglietta, dopo 20 uscite una giacca). Una volta individuato il fornitore, insieme all'ufficio marketing è

Energy walking

stata definita la grafica ed una volta raccolto e accettato il preventivo, si è proceduto a formalizzare il relativo ordine in base al n° e taglie degli iscritti

Istituzione punto di partenza

Al fine di promuovere l'iniziativa e identificare il punto di partenza del Gruppo di Cammino, è stato definito e installato un apposito cartello Inizio attività

BUDGET

- € 50 all'anno a partecipante per i gadget (facoltativo e di importo a discrezione)
- € 50 per il cartello

RISORSE DI PERSONALE

- 1 persona per parte organizzativa
- almeno 2 accompagnatori per le uscite

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Locandina visualizzata su totem e affissa in punti strategici
- Invio a chi possiede mail aziendale di

specifica comunicazione

- Ambassador per diffondere l'iniziativa e raccogliere adesioni
- Passaparola del personale
- Premi in base al n° di uscite
- Comunicazione sul sito aziendale

RIFERIMENTO

Referente Progetto WHP
whp@gruppoab.com

AB ENERGY walking

GRUPPO DI CAMMINO
Per stare bene insieme!

Nell'ambito del progetto WHP, nell'area di promozione dell'attività fisica, abbiamo organizzato un Gruppo di Cammino per promuovere uno stile di vita più sano e attivo, che favorisce la socializzazione e migliora lo stato di salute fisico e mentale.

I BENEFICI DELLA CAMMINATA VELOCE

- AIUTA A MANTENERSI IN FORMA
- MANTIENE SANE OSSA E MUSCOLATURA
- FAVORISCE LA CIRCOLAZIONE E RIDUCE LA PRESSIONE
- RIDUCE LO STRESS
- AIUTA A REGOLARE I LIVELLI DI INSULINA
- RIDUCE IL RISCHIO DI MALATTIE CRONICHE

INFO INIZIATIVA:

AVVIO DAL 28 FEBBRAIO (seconda fase fino a luglio)
DURATA CIRCA 45 MINUTI, MERCOLEDÌ E VENERDÌ
ORARIO DI INIZIO 12:30
PUNTO DI RITROVO DI FRONTE AD AB SERVICE

I partecipanti riceveranno dei gadget (non vanno raggiunti con il numero consistente di uscite)

Per iscrizioni o per informazioni contattare:
e-mail: whp@gruppoab.com
telefono: 335.779.532 - P.zza / 103.940319 - Varese

L'attività verrà svolta nel pieno rispetto dei protocolli anti Covid per le attività sportive

Regione Lombardia
ATS Brescia
CONFINDUSTRIA
Brescia



Gruppo di cammino

Acque Bresciane

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente e quello in somministrazione, in distacco da altre società e a risorse in tirocinio con rapporti attivi in Acque Bresciane

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

A partire dalle indicazioni di ATS Brescia, il Gruppo degli Ambassador della Sostenibilità, in collaborazione con l'Ufficio Personale, ha deciso di attivare il progetto Gruppi di cammino

Individuazione applicazione per registrazione delle camminate effettuate

Il Gruppo degli Ambassador ha individuato l'applicazione "Strava", nella sua versione gratuita, facilmente scaricabile, intuitiva e compatibile con ogni sistema operativo per dispositivi mobili (ios, android), al fine di

registrare le camminate effettuate dal Gruppo, calcolando i km percorsi dal Gruppo e da ogni singolo partecipante, nonché la durata dei percorsi, e con possibilità altresì di indicare e registrare la presenza di altri componenti del gruppo di cammino ed eventualmente altri parametri inerenti la propria salute fisica, quali la frequenza cardiaca, le calorie bruciate

Creazione del Gruppo cammino

In apposita sezione dell'applicazione "Strava" è stato creato il gruppo di cammino e sono state programmate uscite settimanali in pausa pranzo della durata di circa 40 minuti

Sperimentazione da parte del gruppo degli Ambassador

Per circa un mese il gruppo degli Ambassador ha organizzato camminate in pausa pranzo utilizzando l'applicazione prescelta al fine di testarne il funzionamento e la fruibilità per tutto il personale dipendente

Definizione di linee guida operative

contenenti tutte le informazioni necessarie per la partecipazione all'attività (utilizzo dell'applicazione e definizione delle modalità di svolgimento del cammino), criteri di

valutazione per il riconoscimento delle premialità. I paragrafi delle linee guida sono:

- Oggetto, destinatari e obiettivi
- Attività ammessa, percorsi
- Programmazione percorsi, uscite
- Avvio e termine dell'iniziativa, iscrizione
- Criteri di valutazione
- Premi
- Giuria
- Trattamento dati personali

Lancio dell'iniziativa

Inviata una mail da parte dell'Ufficio personale a tutto il personale dipendente, al personale in somministrazione, in distacco da altre società, e a risorse in tirocinio, con rapporti attivi a fine anno in corso

Lancio contest

Contestualmente al lancio dell'iniziativa, per sostenere la maggiore partecipazione da parte di tutti, è stato promosso un contest, della durata di 6 mesi. La partecipazione al contest prevede che ciascun partecipante svolga almeno 150 minuti settimanali di camminata. Lo svolgimento del cammino può avvenire partecipando a due uscite organizzate

durante la pausa pranzo e/o al termine della giornata lavorativa o in autonomia da ogni singola persona partecipante al contest. La partecipazione al contest prevede anche la partecipazione a un concorso a premi con premiazione dei 3 dipendenti che avranno percorso più km, durante il consueto incontro di fine anno con Presidente e Direttore per gli auguri di Natale

Comunicazione ai dipendenti sulle uscite della pausa pranzo e di fine giornata

2 volte alla settimana viene pubblicata sui canali social aziendali una locandina con immagini e breve descrizione dei percorsi programmati

STRUMENTI UTILIZZATI

- Applicazione Strava per registrare i km percorsi durante le camminate effettuate dai partecipanti all'iniziativa
- Comunicazione attraverso i canali social aziendali - Yammer - per veicolare le iniziative tra i dipendenti
- Inoltro di Locandine settimanali con immagini e breve descrizione dei percorsi

Gruppo di cammino

programmati per le due sedi amministrative principali aziendali;

- Creazione di un Gruppo in Teams con i partecipanti all'iniziativa per poter comunicare le uscite settimanali ed eventuali variazioni dell'ultima ora.

BUDGET

- 300 € per i premi

RISORSE DI PERSONALE

Iniziativa promossa dal Gruppo degli Ambassador della sostenibilità, composto in totale da 7 risorse

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

Canali social aziendali

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Regolamento Gruppo di Cammino sottoscritto dalla Direzione

RIFERIMENTO

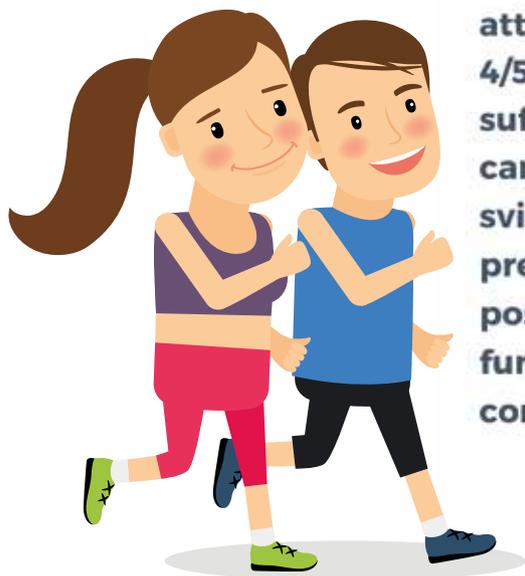
Risorse Umane - Gruppo Ambassador
laura.ranghetti@acquebresciane.it
Tel. 346/4776324





UNISCITI AL GRUPPO!

CAMMINATA IN PAUSA PRANZO



Praticare 30/45 minuti di attività fisica moderata, 4/5 giorni alla settimana, è sufficiente per ridurre i rischi cardiovascolari, il rischio di sviluppare diabete e prevenire alcuni tumori, possono garantire anche la funzionalità neuromuscolare con l'avanzare dell'età.



Gruppo di cammino

Mandy Group

DESTINATARI

Personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno con sospensione nei periodi estivi più caldi

AZIONI

Riunione tra referenti WHP per definire i punti operativi del progetto necessari per l'organizzazione di un gruppo di cammino aperto a tutti i dipendenti dell'azienda (giorni, durata della sessione, modalità ingaggio team)

Presentazione dell'iniziativa alla Direzione e approvazione da parte della stessa

La Direzione ha anche permesso di utilizzare parte dell'orario lavorativo per completare l'attività: una parte dell'attività di cammino infatti viene svolta in orario lavorativo

Comunicazione dell'iniziativa al personale dipendente

È stato convocato un incontro dedicato durante

il quale è stata presentata l'iniziativa a tutti i dipendenti e le dipendenti. Successivamente è stata affissa come promemoria una locandina nella bacheca aziendale e inviata anche tramite mail

Individuazione, da parte del Medico Competente, di eventuali problematiche legate allo svolgimento di questo tipo di attività per alcuni soggetti e conseguente limitazione alla partecipazione

Individuazione di uno scaffale per riporre le scarpe da ginnastica in uno stanzino dedicato, in modo che ognuno le abbia sempre a disposizione

Individuazione del conduttore delle camminate

Per l'attivazione del gruppo di cammino, il conduttore è stato scelto tra i referenti WHP su base volontaria

Sopralluogo da parte del conduttore dei vari percorsi possibili all'interno del comune in cui ha sede l'azienda e fattibili a livello di tempo e difficoltà così da diversificare l'attività di volta in volta

Creazione gruppo WhatsApp per raccogliere

adesioni e inviare notizie inerenti l'attività
Attivazione del gruppo di cammino durante la pausa pranzo di 40 minuti per almeno 3 volte la settimana con attività di riscaldamento e defaticamento (5 minuti prima e 5 minuti dopo)

Check trimestrale sull'andamento dell'attività con i referenti WHP

Al fine di tenere monitorato dati quali numero di uscite, km percorsi, partecipanti e gradimento dell'attività. Vengono organizzati incontri di confronto per monitorare i dati; incontri che servono per vedere se sono necessarie modifiche o intercettare eventuali problemi

STRUMENTI UTILIZZATI

- Programma di grafica per locandina
- Scaffale per deposito scarpe da ginnastica
- Spray igienizzante per scarpe

BUDGET

- 10 € spray + scaffale (già in ns possesso)



Gruppo di cammino

RISORSE DI PERSONALE

- 2 persone dello staff

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Prima comunicazione via mail: è stata inviata una mail a tutto il team mail per informarli dell'attivazione dell'iniziativa
- Locandina: la locandina è stata affissa nella stanza di refezione comune
- Messaggi verbali: nei momenti di pausa o di incontro spesso si esorta verbalmente a partecipare alle camminate in pausa pranzo
- Gruppo WhatsApp: nel gruppo WhatsApp si mandano dei promemoria del gruppo di cammino

RIFERIMENTO

g.bettinardi@mandygroup.it

Tel. 030/7050551





Attività fisica in azienda

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutti i lavoratori, le lavoratrici, i collaboratori e le collaboratrici

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

A partire da una grossa spinta da parte della Direzione, condivisione dell'ipotesi di iniziativa con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale

Rivalutazione degli spazi funzionali all'attivazione della Buona Pratica

Lo stabile, di recente ristrutturazione, già prevedeva alcuni spazi adibiti a spogliatoio; con la ristrutturazione si è deciso di ampliare numericamente tali spazi e di dotarli di doccia

Individuazione delle iniziative sportive da proporre

L'azienda ha scelto di attivare 1 gruppo di cammino e 1 di corsa (Gruppo podisti per caso), di partecipare a competizioni sportive amatoriali promosse dalle Amministrazioni Comunali e dalle associazioni del territorio, di organizzare la festa estiva aziendale che include tornei a squadre di beach volley, beach tennis e bocce

Attivazione gruppo di cammino

- Individuazione del percorso pedonale sicuro nelle vicinanze dell'azienda
- Realizzazione di un incontro con tutto il personale per presentare l'iniziativa e raccogliere le adesioni in funzione delle quali decidere orario e frequenza
- Contatto con un fornitore di abbigliamento sportivo (già in contatto con l'azienda) per l'acquisto di un completo jogging personalizzato con il logo aziendale da regalare agli aderenti all'iniziativa
- Avvio gruppo di cammino: due o tre volte la settimana, con frequenza regolare, gli aderenti camminano per circa 50 minuti durante la pausa pranzo. L'attività fisica in pausa pranzo è resa possibile dalla flessibilità

oraria presente in azienda

Attività del Gruppo Podisti per caso

- Costituzione di un gruppo di dipendenti e collaboratori che, condividendo, la passione per la corsa amatoriale hanno proposto all'azienda di costituire un gruppo aziendale così da coinvolgere anche colleghi più sedentari
- Individuazione del percorso pedonale sicuro nelle vicinanze dell'azienda
- Contatto con un fornitore di abbigliamento sportivo (già in contatto con l'azienda) per l'acquisto di un completo jogging personalizzato con il logo aziendale da regalare agli aderenti all'iniziativa
- Durante la pausa pranzo, chi interessato, corre per circa 8 Km. L'attività fisica in pausa pranzo è resa possibile dalla flessibilità oraria presente in azienda

Partecipazione a competizioni sportive amatoriali promosse dalle Amministrazioni Comunali e dalle associazioni del territorio

- L'ufficio sistemi di gestione valuta, in accordo con la Direzione, le proposte che il gruppo di cammino e il gruppo podisti per caso fanno

pervenire, l'opportunità di partecipare come gruppo aziendale a questi eventi

- Valutata positivamente l'opportunità, la notizia relativa all'evento viene pubblicizzata sulla rete intranet e a mezzo mail al fine di raccogliere le adesioni
- Raccolta delle iscrizioni da parte dell'ufficio Sistemi di Gestione e fornitura di completo jogging personalizzato con il logo aziendale ai dipendenti che non ce l'hanno già in dotazione
- Comunicazione agli aderenti di orario e luogo di ritrovo

Festa estiva aziendale

- Individuazione di un luogo che consenta lo svolgimento di attività sportiva a diversa intensità con l'obiettivo di coinvolgere anche i più sedentari e dei premi da assegnare ai vincitori (es. Buoni per acquisto carburante, buoni pasto, ...)
- Raccolta preventivi per l'affitto dei campi da gioco
- Individuazione della data (che solitamente è verso la metà di settembre)
- La notizia relativa alla festa viene

Attività fisica in azienda

- pubblicizzata sulla rete intranet e a mezzo mail al fine di raccogliere le adesioni
- Raccolta delle iscrizioni da parte dell'ufficio Sistemi di Gestione, fornitura di completo jogging personalizzato con il logo aziendale ai dipendenti che non ce l'hanno già in dotazione e formazione delle squadre. In vista della formazione delle squadre viene consultato il Medico Competente per valutare che non ci siano controindicazioni alla partecipazione a uno dei tornei previsti
 - Realizzazione della festa (che solitamente viene fatta nel tardo pomeriggio e prosegue in serata). Nelle prime ore si tengono i tornei al termine dei quali si procede alla premiazione dei vincitori e successivamente cena e intrattenimento musicale

BUDGET

- I costi degli eventi sono solitamente a carico dell'azienda e si aggirano intorno a € 1.500,00
- Circa € 50,00 a completo per l'abbigliamento sportivo

RISORSE DI PERSONALE

- 3 persone (2 dell'ufficio Sistemi di Gestione e 1 dell'ufficio Infrastrutture)

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Sulla rete intranet viene pubblicata la programmazione delle iniziative che l'azienda mette in atto nell'ambito del programma WHP
- Pubblicazione sulla Rete intranet di notizie specifiche relative agli eventi
- Invio di mail di rinforzo al messaggio

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemidigestione@farco.it

Gruppo di cammino

Bisolution

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno ad eccezione dei mesi estivi caldi

AZIONI

Partecipazione al percorso formativo organizzato da ATS Brescia per Walking Leader da parte della Responsabile delle risorse umane e della Referente WHP

Predisposizione di un'informativa da parte della Referente WHP condivisa con la Responsabile delle risorse umane e la Direzione per spiegare i benefici dell'attività fisica

Pubblicazione dell'informativa sul portale delle timbrature da parte della Responsabile delle risorse umane

Creazione da parte della referente WHP di un sondaggio in Forms di Microsoft per individuare, oltre il grado di interesse dei lavoratori, anche la preferenza di:

- Giorno
- Fascia oraria (mattina presto - pausa pranzo - tardo pomeriggio)
- Durata della camminata (40 minuti - 50 minuti - 1 ora - 1 ora e mezza)
- Tipologia di percorso (cittadino - campestre - misto)

Pubblicazione da parte della Responsabile delle risorse umane del sondaggio sul portale delle timbrature con successiva raccolta e analisi delle risposte.

Pubblicazione da parte della Responsabile delle risorse umane dei risultati con l'individuazione del giorno, orario e luogo stabiliti sempre sul portale delle risorse umane

Riconoscimento premi

A seguito di una riunione di staff, per incentivare la partecipazione, la Direzione ha deciso di dare in omaggio uno smartwatch al raggiungimento di un numero minimo stabilito di giornate di allenamento

Creazione chat

Le uscite del gruppo di cammino vengono gestite sia dalla referente del WHP che dalla

Responsabile delle risorse umane. E' stata creata una chat di WhatsApp per permettere a tutti i partecipanti di restare sempre aggiornati su eventuali modifiche di orari e sulle effettive presenze dell'allenamento

Pubblicizzazione attività del gruppo di cammino

Alla fine di ogni giornata di allenamento viene scattata una foto di gruppo che viene postata sia sulla chat per mantenere vivo l'interesse e creare aggregazione che sui canali social dell'azienda (Facebook e Instagram) per cercare di coinvolgere e invogliare anche altri lavoratori a partecipare

Coinvolgimento lavoratori che non possono partecipare al gruppo in azienda

I lavoratori che partecipano a distanza, camminando da soli, sono invitati a inoltrare alla responsabile delle risorse umane lo screenshot della loro sessione di allenamento. Tale screenshot viene a sua volta pubblicato sui canali social dell'azienda

STRUMENTI

- Locandine in pdf
- Applicativo Forms di Microsoft
- Portale per la gestione delle timbrature

BUDGET

Per ora il costo degli smartwatch (attorno ai €. 25,00 cad., ma sono previsti altri gadget per il prossimo anno (magliette con logo aziendale, calze di spugna, lucine per la sera...)

RISORSE DI PERSONALE

- Direzione
- Responsabile Risorse umane
- Referente WHP

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Comunicazioni pubblicate nel portale di timbrature al quale accedono tutti i dipendenti
- Locandine affisse nei corridoi e nei punti di ritrovo quali la sala ristoro

Gruppo di cammino

RIFERIMENTO

Paola Rossi, Responsabile Risorse Umane

paola.rossi@bisolution.it

Anna Piazza, Responsabile SGI e Referente

WHP

anna.piazza@bisolution.it



Buona pratica 2.4

ALTRE INIZIATIVE VALIDATE



AB A Better Way

Employee Engagement & Wellbeing Program

BENESSERE | COINVOLGIMENTO | COMMUNITY

VIRTUOSO
REWARDED TO BE HEALTHY

App healthy virtuoso

AB Impianti

OBIETTIVO

- Incentivare uno stile di vita attivo migliorando le abitudini dei dipendenti
- Aumentare il coinvolgimento tra i dipendenti e aumentare la fidelizzazione nei confronti dell'azienda
- Dare un focus ampio al tema della sostenibilità

DESTINATARI

Tutti i dipendenti (anche quelli delle altre aziende ubicate in Italia e all'estero)

DURATA DELL'AZIONE PER

I DESTINATARI

- Prima fase: 2 mesi
- Possibilità di nuove challenge ogni 2 mesi

AZIONI

Idea progettuale

Durante l'incontro periodico del team WHP, si sono analizzate le possibili buone pratiche da adottare per l'incentivazione di uno stile di

vita attivo e al tempo stesso tutti gli obiettivi previsti. Si è quindi provveduto a ricercare sul mercato anche soluzioni innovative. Tra le opzioni prese in considerazione si è deciso di utilizzare un'app

Ricerca fornitore

È stata avviata una ricerca di mercato di possibili app utili al raggiungimento dell'obiettivo. Con alcune di queste si sono presi contatti e raccolto dei preventivi dei servizi che offrivano. Identificato il fornitore, si è formalizzato l'ordine della prima Challenge della durata di 2 mesi

Preparazione strumenti comunicazione

Tutta la campagna di comunicazione, in costante confronto con il referente WHP e l'ufficio Marketing, è stata predisposta e personalizzata dal personale dell'azienda fornitrice

Promozione evento

È stata inviata una mail a tutti i dipendenti delle diverse sedi interessate e diffusa la locandina sui totem aziendali oltre che nelle bacheche WHP.

Inoltre sono stati ingaggiati degli ambassador

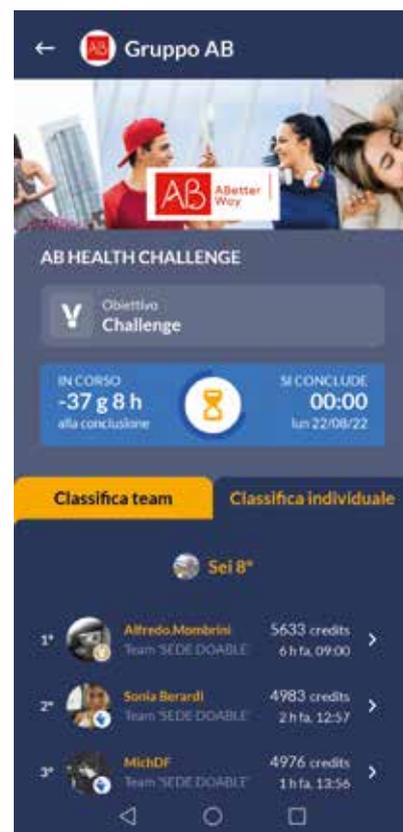
per la promozione dell'iniziativa e la raccolta delle adesioni: ad uno/due referenti per stabile è stata mandata una mail in cui dando delle anticipazioni dell'iniziativa si è richiesto la disponibilità a supportarla invitando altri colleghi a partecipare e promuovendola verbalmente

Avvio attività

L'iniziativa nel primo evento (prima Challenge) dura due mesi e successivamente, anche in precisi periodi dell'anno può essere riproposta su scelta dell'azienda. Noi abbiamo ipotizzato di farla nel periodo primaverile tutti gli anni, primadeglialtreventiaziendali(ABEnergyRun, Olimpiadi di AB...). I dipendenti che decidono di partecipare scaricano l'app Virtuoso e una volta registrati, possono accedere alla sezione specifica dedicata alle aziende a cui vi si accede tramite un codice comunicato ai dipendenti. Le persone accumulano giornalmente dei punti a seconda dello stile di vita: più cammini, fai sport, dormi regolarmente, fai meditazione o Yoga e più acquisisci punti. Punti extra vengono dati a chi raggiunge obiettivi personali che vengono reimpostati

automaticamente dall'app, in modo da incentivare un graduale miglioramento (aumento del n° passi giornaliero, aumento dei minuti di attività sportiva,...). L'app consente di creare delle sfide tra due o più persone, le sfide vengono strutturate dall'utente, per es. si sfida qualcuno a chi fa più passi o più punti in un determinato tempo (un giorno o in una settimana,..)

Più punti si fanno e più si scala la classifica permettendo di vincere dei premi. Infatti una quota pagata dall'azienda (20%) viene dedicata per creare dei premi ai lavoratori (buoni spesa)



App healthy virtuoso

Premiazione

A fine della challenge, quindi del periodo di due mesi, i migliori classificati (nel nostro caso 30 persone) vengono premiati con dei buoni spesa. La premiazione viene fatta con

un breve evento on line e poi ne viene data comunicazione interna nelle notizie della intranet

BUDGET

- Prima challenge: € 2500 per due mesi + € 500 per i premi
- A seguire € 5 a dipendente iscritto al mese

RISORSE DI PERSONALE

- 1 persona per parte organizzativa
- 1 persona per supporto marketing dell'iniziativa

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Locandina visualizzata sui totem aziendali
- Invio a chi possiede mail aziendale di specifica comunicazione
- Comunicazione sul sito aziendale
- Locandina nella bacheca WHP
- Diffusione dell'iniziativa tramite gli ambassador
- Possibilità di invitare altri colleghi direttamente tramite l'app

RIFERIMENTO

Referente WHP aziendale
whp@gruppoab.com



Preparazione e riscaldamento



PER TROVARE LA CONCENTRAZIONE
Siediti in una posizione comoda e respira profondamente.



RISCALDAMENTO 1
Stando seduto in una posizione comoda, stendi le braccia in avanti aprendo bene le mani e le dita. Quando inspiri, alza le braccia; quando espiri, abbassa le braccia.



RISCALDAMENTO 2
Stando seduto in una posizione comoda, ruota in una direzione, torna centrale e poi ruota nell'altra direzione.



MARJARIASANA (IL GATTO) - BITILASANA (LA MUCCA)
Inarca la schiena verso l'alto (come il gatto arrabbiato) e verso il basso (postura della mucca, bitilasana). Dopprima, ispira quando inarchi; dopo qualche respiro, inverti e espira quando inarchi.



VYAGRASANA (LA TIGRE) PREPARAZIONE
Alza un braccio e la gamba opposta, mantieni per tre respiri prima di invertire l'appoggio.

Pratica delle Asana (chiusure in avanti, inversioni parziali per stimolare il sistema immunitario)



ADHO MUKHA SVANASANA – Il cane a testa in giù

VARIANTE FACILE: gambe piegate.



VARIANTE NEUTRA: gambe distese e schiena dritta.



VARIANTE IMPEGNATIVA: talloni a terra, gambe distese e petto allungato verso le cosce; sguardo in dentro e in su, come a volersi guardare l'ombelico.



UTTANASANA – Piegamento in avanti con gambe unite partendo dalla postura in piedi



VARIANTE FACILE: appoggia le mani al pavimento, guarda indietro e respira tranquillamente.



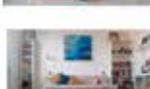
VARIANTE NEUTRA: appoggia le mani al pavimento, guarda indietro e respira tranquillamente



PRASARITA PADOTTANASANA – Piegamento in avanti con le gambe divaricate dalla postura in piedi



VARIANTE FACILE: trova un supporto che ti consenta di tenere gambe e schiena dritte. Come prima, non preoccuparti dell'altezza di supporto, semplicemente dai il massimo e non essere un giudice troppo severo di te stesso.



VARIANTE NEUTRA: con le gambe divaricate, piegati in avanti e appoggia le mani a terra o sui piedi.



PER RIPOSARE - SAVASANA

Stenditi abbandonando a terra gambe e braccia nella postura più naturale. Respira profondamente per alcuni minuti, ringraziando il tuo corpo per quello che hai fatto e imparato.



Yoga class

AiFOS

OBIETTIVO

Garantire a tutto lo staff occasioni per svolgere attività fisica da casa, con particolare riferimento allo svolgimento di esercizi posturali e di stretching che possano compensare l'affaticamento della colonna vertebrale dovuto a posture incongrue mantenute durante le giornate di lavoro in smart working

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER

I DESTINATARI

Attività a cadenza settimanale per almeno 2 mesi consecutivi

AZIONI

Idea progettuale

Riunione team del progetto WHP per identificare la possibilità di realizzare alcune videolezioni con esercizi di yoga semplici e

fattibili per tutto lo staff, a prescindere dalla condizione fisica e possibilmente da svolgere in più varianti di difficoltà

Coinvolgimento collega insegnante di Yoga

Avendo la fortuna di avere una collega che è anche insegnante di yoga, è stata richiesta a lei la possibilità di collaborare al progetto (in alternativa coinvolgimento insegnante di yoga esterno)

Progettazione e realizzazione video

La collega insegnante di yoga ha progettato e realizzato 8 videolezioni, riprendendosi in autonomia tramite telefono cellulare. Ciascuna videolezione era strutturata in 4 step:

- *Introduzione alla pratica*: spiegazione degli esercizi proposti e su cosa vogliono insistere (in particolare collo e schiena)
- *Riscaldamento*: esercizi e momenti per focalizzare l'attenzione sul respiro e per trovare quiete e tranquillità
- *Posture e asana*: generalmente 3 posture proposte in diverse varianti da praticare a seconda della condizione fisica e preparazione di ciascuno

- *rilassamento*: esercizi finali

Con le indicazioni della collega insegnante di yoga, l'ufficio Grafica ha montato i video realizzando delle parti grafiche esplicative che aiutassero a fare la pratica yoga, tramite l'utilizzo di programmi grafici come Adobe premiere e Adobe Illustrator. Le videolezioni sono state precedute da un video animato introduttivo allo yoga, in cui sono state esplicate le 6 regole base della pratica e fornite indicazioni su come seguire le videolezioni (es. *“Osserva la posizione e ascolta la spiegazione, fai ripartire il video solo quando sei pronto a passare all'asana successiva”* o indicazioni su spazi da dedicare alla pratica, attenzione alla differenza tra fastidio e dolore ecc.)

Realizzazione schede descrittive

Oltre ai video - progettati e studiati appositamente per le attività di rilassamento di schiena, spalle e collo - sono state realizzate delle schede esplicative degli esercizi, con immagini e testi, in modo che la pratica di ciascuna lezione yoga potesse essere fatta dopo la prima volta anche senza l'ausilio del PC e la stessa lezione potesse essere ripetuta

più volte dal lavoratore semplicemente consultando la scheda e non rivedendo l'intero video (anche in ottica di rilassamento visivo, dove si trascorrevano già molto tempo di fronte al computer)

Creazione pagina dedicata allo staff su piattaforma Vimeo e caricamento video

È stata creata una apposita pagina riservata allo staff su piattaforma Vimeo, dove si accede solo tramite password

STRUMENTI

- Piattaforma vimeo
- Programmi grafici per la realizzazione dei video

BUDGET

- Costo personale o professionista esterno insegnante di yoga
- Costo personale o professionista esterno per montaggio e realizzazione video ed immagine coordinata

Yoga class

RISORSE DI PERSONALE

- Referente WHP
- Servizio Relazioni esterne e comunicazione
- Servizio Immagine e Grafica
- Collega insegnante di yoga (se esterno non conteggiare)

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

Immagine coordinata del progetto: l'ufficio Grafica e Immagine interno ha realizzato l'immagine coordinata del progetto, per poter rendere immediatamente riconoscibili le varie comunicazioni relative all'iniziativa e per rendere il tutto più gradevole ed accattivante con riferimento alla fruibilità dei video

Comunicazioni via mail: settimanalmente veniva inviata una comunicazione mail contenente il link alla pagina Vimeo su cui era stata caricata la nuova lezione di yoga e veniva allegata la scheda descrittiva della lezione. Nel testo mail c'era sempre esplicito riferimento al programma WHP per far comprendere come l'iniziativa fosse inserita

in un contesto più ampio e veniva ricordato come fosse importante dedicare del tempo allo svolgimento dell'attività fisica
Comunicazioni informali via chat: successivamente all'invio delle comunicazioni, venivano condivisi nella chat Skype comune a tutto lo staff immagini «memo» per incentivare la pratica dello yoga, ricordano il caricamento settimanale della nuova lezione nel portale dedicato

RIFERIMENTO

maria.frassine@aifos.it



CORSO SETTIMANALE - HATA YOGA

Armonia ed equilibrio per vivere meglio



DA OTTOBRE 2021

presso BI Solution (La Bottega Informatica)

ogni **martedì** – ore 13:00/14:00

costo mensile - 4 lezioni - euro 25

*posti limitati – iscrizione richiesta entro **venerdì 1 ottobre***

Corso di yoga

Bisolution

OBIETTIVI

- Migliorare le capacità psicofisiche con maggior soddisfazione in ambito personale e professionale
- Migliorare lo stato di salute e la capacità di concentrazione
- Creare momenti comuni tra i dipendenti che possano migliorare i rapporti interpersonali
- Dare l'opportunità di sfruttare la pausa pranzo in azienda per conciliare l'ora di attività con il resto degli impegni familiari dopo il lavoro

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno con interruzione nei mesi estivi

AZIONI

Idea progettuale

Durante la riunione periodica di staff la

Responsabile delle risorse umane e la referente del WHP hanno portato all'attenzione della Direzione la possibilità di organizzare in azienda un corso di yoga. Tale corso è stato pensato inizialmente per gli operatori che lavorano nella sede di Brescia poi si valuterà in seguito se estenderlo anche agli operatori delle altre sedi

Individuazione insegnanti di yoga e definizione modalità di attivazione dell'iniziativa

La responsabile delle risorse umane ha invitato in azienda una propria conoscente insegnante di yoga con la quale si è discusso in merito a quale fosse il numero adatto di partecipanti e a quale stanza all'interno dell'azienda fosse più idonea per svolgere la lezione

Confronto con RSPP e Medico Competete

La referente del WHP ha consultato sia l'RSPP che il Medico Competente per avere il loro benestare riguardo alla fattibilità del corso

Estensione polizza assicurativa. La referente del WHP ha contattato l'assicurazione per richiedere un'estensione della polizza assicurativa del locale dell'azienda all'attività

di Yoga

Definizione giorno e ora dell'attività

La Responsabile delle risorse umane ha definito con l'insegnante di Yoga il giorno e l'ora secondo la disponibilità dell'insegnante stessa e insieme hanno condiviso la modalità di pubblicizzare il corso

Predisposizione materiale di comunicazione

L'insegnante di yoga ha predisposto una locandina coi propri recapiti che è stata sia pubblicata dalla responsabile delle risorse umane sul portale di timbratura dell'azienda sia affissa nella sala ristoro

Nella locandina è stato chiesto a chi fosse interessato di iscriversi direttamente inviando una mail all'insegnante

Attivazione corso

Il corso si svolge un'ora alla settimana il martedì dalle 13.00 alle 14.00. Per scelta aziendale è stato sospeso nei mesi estivi e riprenderà a ottobre

STRUMENTI

- Locandine in pdf
- Portale interno delle timbrature
- Utilizzo di mail

BUDGET

- Euro 25,00 il pacchetto di 4 lezioni. Il costo è a carico del dipendente

RISORSE DI PERSONALE

- Responsabile risorse umane
- Referente WHP

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

La Locandina è stata pubblicata sul portale delle timbrature e affissa in azienda

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Manleva che ogni partecipante deve firmare per sollevare da ogni responsabilità l'azienda

Corso di yoga

RIFERIMENTO

Paola Rossi - Responsabile Risorse Umane

paola.rossi@bisolution.it

Anna Piazza - Responsabile SGI e Referente

WHP

anna.piazza@bisolution.it





Vacanza più sportiva

ElCom

OBIETTIVO

Promuovere l'attività sportiva

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tre mesi nel periodo estivo (giugno-agosto)

AZIONI

Idea progettuale

Il team WHP, prendendo spunto da challenge realizzate da altre aziende aderenti alla Rete, ha valutato l'opportunità di proporre questa iniziativa alla Dirigenza la quale ha approvato la sua realizzazione

Individuazione tematica del contest: "la vacanza più sportiva" e periodo di svolgimento

E' stato scelto il periodo delle vacanze e delle ferie per incentivare l'attività sportiva durante le stesse. Si è sfruttato questo periodo perché

ricco di occasioni per fare sport (montagna, mare, più tempo libero dal lavoro)

Definizione delle modalità per documentare l'attività svolta

Invio di una foto che ritragga la persona durante un'attività sportiva; la foto deve rappresentare al meglio l'attività; abbiamo deciso di non mettere un limite al tipo di attività per poter includere chiunque, anche chi abitualmente non fa sport. Al contempo si è stabilito il periodo entro cui poter inviare la foto

Individuazione dei premi

Si è scelto di premiare le tre migliori foto e di consegnare un premio simbolico di partecipazione a tutti, per incentivare l'attività che era al suo primo avvio. Il criterio di valutazione adottato per scegliere le fotografie da premiare valorizzava l'evidenza dello svolgimento dell'attività fisica e non la "bellezza" della fotografia in sé.

Predisposizione materiale di comunicazione

Alcuni componenti del gruppo WHP hanno predisposto materiale di comunicazione dedicato per promuovere l'attività

Promozione dell'iniziativa

La popolazione aziendale è stata informata dell'iniziativa e invitata a partecipare al contesto tramite news letter dedicata e locandina sui monitor aziendali. Nell'informativa si è comunicato anche quali premi sarebbero stati consegnati ai vincitori

Raccolta delle foto

Il personale dipendente ha inviato, tramite mail all'Ufficio personale, le fotografie raffiguranti loro stessi durante lo svolgimento dell'attività fisica svolta

Definizione vincitori

Il team WHP, in una riunione dedicata, ha individuato i vincitori del concorso fotografico. I componenti del team erano esclusi dalla partecipazione al contest

Premiazioni partecipanti

Tutti i partecipanti sono stati invitati a un incontro in presenza durante il quale sono stati consegnati sia i premi ai vincitori sia i premi a tutti i partecipanti

Diffusioni fotografie

Le fotografie dei vincitori sono state pubblicate sui monitor aziendali



Vacanza più sportiva

BUDGET

100,00 €

RISORSE DI PERSONALE

Team WHP composto da 4 persone

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

Invio tramite mail di una newsletter dedicata e pubblicazione di una locandina sui monitor aziendali

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Manleva che ogni partecipante deve firmare per sollevare da ogni responsabilità l'azienda

RIFERIMENTO

Alessandra Carotti

alessandra.carotti@elcomgroup.com





Corso di pilates

Gerard's C.D. srl

OBIETTIVO

Accrescere la cultura della salute in azienda incentivando l'attività fisica

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

Dopo aver somministrato un questionario anonimo a tutto il personale, il team WHP ha raccolto le richieste dei lavoratori e, seguendo le linee guida dal Manuale per le Buone Pratiche, ha deciso di proporre ai dipendenti 1 ora di pilates 1 volta a settimana

Ricerca di un professionista per l'ora di Pilates

È stata scelta un'insegnante della zona con cui l'azienda aveva già contatti e individuata tra

professionisti conosciuti da alcuni dipendenti

Definizione giorno e ora dell'attività

La Responsabile delle risorse umane ha definito con l'insegnante di pilates il giorno e l'ora secondo la disponibilità dell'insegnante stessa. Le lezioni si tengono ogni martedì dalle 17:00 alle 18:00

Individuazione sala in cui svolgere l'attività

Il referente WHP, con l'RSPP e l'insegnante di pilates hanno individuato la stanza interna all'azienda in cui svolgere l'attività. Si è deciso di tenere il corso nella sala Academy, dove si tengono normalmente i corsi di formazione, in cui è presente anche uno spogliatoio utile per cambiarsi comodamente

Preparazione strumenti comunicazione

La Referente WHP e l'ufficio marketing hanno predisposto una locandina per promuovere la partecipazione al corso di Pilates. Le locandine sono state affisse nella sala in cui si svolge la lezione di Pilates e sono state inviate tramite e-mail a tutti i dipendenti

Modalità di iscrizione alle lezioni

Tutte le settimane si deve comunicare tramite e-mail alla Referente WHP la propria presenza.

Le lezioni si tengono se ci sono almeno 2 partecipanti.

STRUMENTI UTILIZZATI

Tappetini per il pilates

BUDGET

1000,00 €

RISORSE DI PERSONALE

Team di progetto (4 persone)

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Locandina
- Invio della comunicazione all'e-mail aziendale
- Informativa interna

RIFERIMENTO

customerareitalia@gerards.com



Ginnastica posturale

INAIL Sedi territoriali di Brescia, Palazzolo, Manerbio e Breno

OBIETTIVO

Prevenire le malattie muscolo - scheletriche

DESTINATARI

Tutti i dipendenti e le dipendenti delle sedi territoriali

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

1 incontro di 2 ore

AZIONI

Idea progettuale

Nell'ambito della campagna 2021/2022 "Ambienti di lavoro sani e sicuri", finalizzata alla prevenzione di disturbi muscolo scheletrici, in una riunione con la dirigenza e i responsabili della prevenzione si è deciso di fare un incontro, replicato in tre edizioni, di ginnastica posturale da rivolgere a tutte le dipendenti e i dipendenti delle sedi territoriali

Individuazione docenti

Considerata la presenza, tra il personale di

INAIL, di personale interno qualificato (medico e fisioterapisti) si è scelto di coinvolgere tale personale quale docenti dell'incontro.

Comunicazione dell'iniziativa e raccolta delle adesioni

È stata inviata, tramite mail a tutti i dipendenti e le dipendenti, un'informativa sull'iniziativa, precisando lo svolgimento in orario di lavoro e la necessità di formalizzare l'adesione all'iniziativa al fine di costituire i gruppi delle tre edizioni

Esecuzione dell'incontro

L'incontro è stato realizzato in presenza ma con la possibilità di collegarsi da remoto per coloro impossibilitati a essere presenti.

Per i partecipanti in presenza l'incontro si svolge in una sala attrezzata di lettino, sono state utilizzate slide a sostegno della parte teorica e sotto la guida di un fisioterapista vengono sperimentati esercizi di ginnastica così che anche i colleghi e le colleghe che partecipano in sincrono possono effettuarli

Trasmissione slide

Al termine del percorso sono state trasmesse a tutti i partecipanti le slide con gli esercizi



Ginnastica posturale

di ginnastica posturale sperimentate nell'incontro come promemoria per un'esecuzione in autonomia

STRUMENTI

- Lettino del fisioterapista
- Computer per le persone che seguivano da remoto
- Maxi schermo per un'ampia visione degli esercizi

BUDGET

Risorse interne

RISORSE DI PERSONALE

- 1 Responsabile prevenzione; 1 Medico e 3 Fisioterapisti

MODALITA' DI INGAGGIO

DEI DESTINATARI

Comunicazione via mail ai dipendenti e alle dipendenti

RIFERIMENTO

brescia@prevenzione.inail.it

NOTA

Si tratta di un intervento con una valenza prevalentemente informativa a cui sarebbe importante accompagnare anche altre azioni per sostenere il cambiamento nel comportamento

PRATICHE PER CREARE UN “AMBIENTE LIBERO DAL FUMO” E INCENTIVARE LA CESSAZIONE TABAGICA

■ 3.1 UN AMBIENTE LIBERO DAL FUMO

Buona pratica 3.1

POLICY AZIENDALE

OBIETTIVO

Definire e attuare una policy e un regolamento aziendale di “Luogo di lavoro libero dal fumo”, attraverso un adeguato percorso di condivisione e preparazione con le principali figure aziendali (Dirigenza, organizzazioni sindacali, ecc.) e di informazione e promozione con i lavoratori e altri soggetti frequentanti l’azienda

Contrasto fumo tabacco

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente e che collabora con l'azienda

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

A partire da una spinta da parte della Direzione, condivisione del progetto di elaborazione di una policy di azienda libera dal fumo con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale

Organizzazione gruppo di lavoro per la stesura della policy

Il gruppo di lavoro è costituito da Medico Competente, preposti, RLS, Datori di Lavoro ed RSPP, gli ASPP e il Responsabile del Sistema di Gestione e si è riunito dapprima per definire le modalità di lavoro e di coinvolgimento dei

lavoratori e delle lavoratrici e poi con incontri periodici per stendere la policy tenendo conto degli spunti raccolti

Consultazione dei lavoratori e delle lavoratrici

L'ufficio Sistemi di Gestione ha comunicato ai lavoratori (attraverso mail e notizia in bacheca virtuale su rete intranet) l'avvio del progetto e la necessità di una loro consultazione, lasciando libera la partecipazione. Sono stati organizzati diversi incontri in diverse date (gestiti dal Responsabile Sistemi di Gestione, Datore di Lavoro/RSPP e Medico Competente) per agevolare la partecipazione di quanti più lavoratori e lavoratrici possibili e la suddivisione in piccoli gruppi di più facile gestione. Durante gli incontri sono state illustrate le finalità del progetto, il concetto di policy e sono raccolte istanze dei lavoratori e delle lavoratrici tutti in relazione ai contenuti della policy

Stesura della policy e impostazione del sistema di monitoraggio continuo circa la sua applicabilità ed adeguatezza

A fronte degli stimoli raccolti, il gruppo di lavoro



si è riunito per la condivisione degli esiti degli incontri svolti con i lavoratori e le lavoratrici e abbozzare il testo della policy. Datore di Lavoro/RSPP e Responsabile Ufficio Sistemi di Gestione si sono fatti carico di scrivere fisicamente il documento, condividendolo e discutendo modifiche con il gruppo di lavoro. È stato inoltre impostato il sistema di monitoraggio circa l'applicabilità e l'adeguatezza della policy che prevede:

- In capo al Servizio Prevenzione Protezione i principali compiti di sorveglianza e segnalazione alla Direzione delle infrazioni e una relazione anche in sede di riunione periodica ex art. 35 d. lgs. 81/08;
- In capo al Medico Competente, formato sul Minimal Advice, il compito di supportare il monitoraggio dell'insorgere di comportamenti additivi e sulla loro gestione durante le attività di Sorveglianza Sanitaria;
- Nelle attività di programmazione annuale nell'ambito del progetto e del percorso WHP (svolte dalla Direzione, dal MC e dal RSG), la pianificazione di eventuali azioni di miglioramento o potenziamento

Contrasto fumo tabacco

dell'applicazione della policy.

Sono inoltre definite le sanzioni applicabili con rimando al Sistema Disciplinare aziendale già in vigore

Pubblicità della policy

Attraverso mail e notizia su bacheca virtuale si è diffuso il testo della policy aziendale, sempre disponibile su rete intranet aziendale. Viene organizzato un momento dedicato all'aggiornamento della policy all'interno dell'incontro (quantomeno) annuale dedicato alla rendicontazione delle azioni svolte nell'anno in corso e alla programmazione di quelle per l'anno seguente nell'ambito WHP, rivolto a tutti i collaboratori.

Nel documento Policy sono chiaramente identificati i comportamenti vietati durante l'attività lavorativa, nei luoghi di lavoro e in contesti aziendali (meeting, ecc), oltre a quanto già indicato al punto precedente (sistema di monitoraggio, sanzioni)

Realizzazione di una campagna informativa per sensibilizzare in merito all'impatto che i comportamenti additivi hanno sulla salute psico-fisica, diffondendo materiale tramite

rete intranet, mail e bacheche aziendali

Periodica somministrazione di test specifici (test di West e di Fagerstrom, ad esempio) a tutti i dipendenti da parte del medico competente in sede di visita medica periodica

Organizzazione di un incontro dedicato all'approfondimento del tema dei comportamenti additivi per tutti i collaboratori, a cura del Medico competente

Formazione management tramite offerta ATS





Contrasto fumo tabacco

STRUMENTI

- Minimal device del medico competente
- Visita medica periodica
- Servizio prevenzione e protezione per la stesura della policy

PARTNERSHIP

- Medico Competente
- ATS come supporto per la stesura della policy e formazione management

BUDGET

- Costo dell'integrazione dell'attività di sorveglianza sanitaria svolta dal Medico competente
- Sessioni informativo-formative svolte in orario di lavoro (inclusa presentazione policy)
- Distribuzione periodica del materiale informativo a cura dell'Ufficio Sistemi di Gestione

RISORSE DI PERSONALE

- Medico competente

- 1 persona per la segreteria organizzativa visite
- 10 persone per il monitoraggio della policy

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Pubblicazione sulla Rete intranet di notizia specifica con allegato il documento Policy
- Invio di mail di rinforzo al messaggio
- Organizzazione di incontri periodici per la programmazione/rendicontazione delle iniziative WHP
- Sulla rete intranet viene pubblicata la programmazione delle iniziative che l'azienda mette in atto nell'ambito del programma WHP

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemidigestione@farco.it

PRATICHE PER IL CONTRASTO A COMPORAMENTI ADDITIVI (alcol, droghe, gioco d'azzardo)

- 4.1 POLICY AZIENDALE
- 4.2 FORMAZIONE GENERALE

Buona pratica 4.1

POLICY AZIENDALE

OBIETTIVO

Definire e attuare una policy, attraverso un adeguato percorso di condivisione e preparazione con le principali figure aziendali (Dirigenza, organizzazioni sindacali, ecc.) e del relativo regolamento attuativo comprensivo delle iniziative di informazione e promozione con i lavoratori e altri soggetti frequentanti l'azienda e degli strumenti di monitoraggio della applicazione della policy nel tempo

Alcol, droghe e gioco d'azzardo

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente e che collabora con l'azienda

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

A partire da una spinta da parte della Direzione, condivisione del progetto di elaborazione di una policy di azienda libera dal fumo con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale

Organizzazione gruppo di lavoro per la stesura della policy

Il gruppo di lavoro è costituito da Medico Competente, preposti, RLS, Datori di Lavoro ed RSPP, gli ASPP e il Responsabile del Sistema di Gestione e si è riunito dapprima per definire le modalità di lavoro e di coinvolgimento dei

lavoratori e delle lavoratrici e poi con incontri periodici per stendere la policy tenendo conto degli spunti raccolti

Consultazione dei lavoratori e delle lavoratrici

L'ufficio Sistemi di Gestione ha comunicato ai lavoratori (attraverso mail e notizia in bacheca virtuale su rete intranet) l'avvio del progetto e la necessità di una loro consultazione, lasciando libera la partecipazione. Sono stati organizzati diversi incontri in diverse date (gestiti dal Responsabile Sistemi di Gestione, Datore di Lavoro/RSPP e Medico Competente) per agevolare la partecipazione di quanti più lavoratori e lavoratrici possibili e la suddivisione in piccoli gruppi di più facile gestione

Durante gli incontri sono state illustrate le finalità del progetto, il concetto di policy e sono raccolte istanze dei lavoratori e delle lavoratrici tutti in relazione ai contenuti della policy

Stesura della policy e impostazione del sistema di monitoraggio continuo circa la sua applicabilità ed adeguatezza



Alcol, droghe e gioco d'azzardo

A fronte degli stimoli raccolti, il gruppo di lavoro si è riunito per la condivisione degli esiti degli incontri svolti con i lavoratori e le lavoratrici e abbozzare il testo della policy. Datore di Lavoro/RSPP e Responsabile Ufficio Sistemi di Gestione si sono fatti carico di scrivere fisicamente il documento, condividendolo e discutendo modifiche con il gruppo di lavoro. È stato inoltre impostato il sistema di monitoraggio circa l'applicabilità e l'adeguatezza della policy che prevede:

- In capo al Servizio Prevenzione Protezione i principali compiti di sorveglianza e segnalazione alla Direzione delle infrazioni e una relazione anche in sede di riunione periodica ex art. 35 d. lgs. 81/08;
- In capo al Medico Competente, formato sul Minimal Advice, il compito di supportare il monitoraggio dell'insorgere di comportamenti additivi e sulla loro gestione durante le attività di Sorveglianza Sanitaria;
- Nelle attività di programmazione annuale nell'ambito del progetto e del percorso WHP (svolte dalla Direzione, dal MC e dal RSG), la pianificazione di eventuali

azioni di miglioramento o potenziamento dell'applicazione della policy

Sono inoltre definite le sanzioni applicabili con rimando al Sistema Disciplinare aziendale già in vigore

Pubblicità della policy

Attraverso mail e notizia su bacheca virtuale si è diffuso il testo della policy aziendale, sempre disponibile su rete intranet aziendale. Viene organizzato un momento dedicato all'aggiornamento della policy all'interno dell'incontro (quantomeno) annuale dedicato alla rendicontazione delle azioni svolte nell'anno in corso e alla programmazione di quelle per l'anno seguente nell'ambito WHP, rivolto a tutti i collaboratori

Nel documento Policy sono chiaramente identificati i comportamenti vietati durante l'attività lavorativa, nei luoghi di lavoro e in contesti aziendali (meeting, ecc), oltre a quanto già indicato al punto precedente (sistema di monitoraggio, sanzioni)

Realizzazione di una campagna informativa per sensibilizzare in merito all'impatto che i comportamenti additivi hanno sulla salute

psico-fisica, diffondendo materiale tramite rete intranet, mail e bacheche aziendali

Periodica somministrazione di test specifici a tutti i dipendenti da parte del medico competente in sede di visita medica periodica

Organizzazione di un incontro dedicato all'approfondimento del tema dei comportamenti additivi per tutti i collaboratori, a cura del Medico competente

Formazione management tramite offerta ATS

STRUMENTI

- Minimal device del medico competente
- Visita medica periodica
- Servizio prevenzione e protezione per la stesura della policy

PARTNERSHIP

- Medico Competente
- ATS come supporto per la stesura della policy e formazione management

BUDGET

- Costo dell'integrazione dell'attività di sorveglianza sanitaria svolta dal Medico competente
- Sessioni informativo-formative svolte in orario di lavoro (inclusa presentazione policy)
- Distribuzione periodica del materiale informativo a cura dell'Ufficio Sistemi di Gestione.

RISORSE DI PERSONALE

- Medico competente
- 1 persona per la segreteria organizzativa visite
- 10 persone per il monitoraggio della policy

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Pubblicazione sulla Rete intranet di notizia specifica con allegato il documento Policy
- Invio di mail di rinforzo al messaggio
- Organizzazione di incontri periodici per la programmazione/rendicontazione delle

Alcol, droghe e gioco d'azzardo

iniziative WHP

- Sulla rete intranet viene pubblicata la programmazione delle iniziative che l'azienda mette in atto nell'ambito del programma WHP

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemidigestione@farco.it



Buona pratica 4.2

FORMAZIONE GENERALE

OBIETTIVO

Aumentare la conoscenza e la consapevolezza dei rischi legati ai comportamenti additivi, rinforzare la resilienza, acquisire familiarità con le procedure per ottenere supporto attraverso l'organizzazione e la promozione di iniziative di formazione generale a tutti i lavoratori

Alcol, droghe e gioco d'azzardo

AB Impianti

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

2,5 ore di incontro informativo

AZIONI

Idea progettuale

Come definito nella Policy relativa ai comportamenti additivi, l'azienda si impegna ad effettuare momenti formativi ai lavoratori sul tema delle dipendenze da alcol e droghe.

Durante l'incontro periodico del team WHP, si sono analizzate le possibili modalità con cui effettuarla e si è definito di affidare l'attività ad una società esterna. Si è quindi provveduto a definire un budget dell'iniziativa

Individuazione formatore

Individuazione ente di formazione, raccolta preventivi e affidamento incarico alla società selezionata: società con cui era già attiva una collaborazione per altri corsi

Calendario programmazione incontri

Definizione calendario annuale dei corsi (circa 1 al mese). Ogni sessione coinvolge circa 10 lavoratori

Aula corsi

Individuazione aula in cui vi deve essere la possibilità di proiettare le slide

Promozione evento e invito dei partecipanti

Invito ai partecipanti tramite mail personalizzata e locandina sui totem aziendali

Esecuzione corso

Il corso si svolge all'interno dell'orario lavorativo. Tenuto conto della durata del corso di 2,5 ore è possibile svolgere gli incontri sia la mattina che nel pomeriggio. Il personale sospende le attività lavorative e si reca nell'aula in cui è stato convocato

Rilascio attestati

La società formatrice rilascia a fine corso un attestato di partecipazione

BUDGET

50 € a persona



Alcol, droghe e gioco d'azzardo

RISORSE DI PERSONALE

- 1 persona per organizzazione corso
- 1 docente esterno

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Mail di invito obbligatorio al corso
- Locandina di promozione iniziativa sui totem aziendali

RIFERIMENTO

Referente Progetto WHP

whp@gruppoab.com

NOTA

Si tratta di un intervento con una valenza prevalentemente informativa a cui sarebbe importante accompagnare anche altre azioni per sostenere il cambiamento nel comportamento

ALTRE PRATICHE

Conciliazione vita-lavoro, Welfare, Responsabilità Sociale d'Impresa, Adesione a comportamenti preventivi

Queste pratiche non incidono direttamente sui fattori di rischio comportamentali per Malattie Croniche non Trasmissibili, ma sono raccomandate in quanto concorrono a creare un ambiente di lavoro “favorevole alla salute” e orientato al benessere individuale e collettivo



Conciliazione vita-lavoro

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutti i lavoratori, le lavoratrici, i collaboratori e le collaboratrici

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

A partire da una spinta da parte della Direzione e dai bisogni dei lavoratori emersi a seguito di una indagine welfare svolta con questionario anonimo, condivisione del progetto di adesione alla rete di conciliazione vita-lavoro territoriale, con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale, al fine di sostenere economicamente i lavoratori e le lavoratrici con figli o familiari non autosufficienti per le spese sostenute

Contatto con ATS e Comune capofila per formalizzare l'adesione alla Rete

di Conciliazione e all'Alleanza Locale di Conciliazione (nel nostro caso, facente capo al Comune di Palazzolo sull'Oglio BS)

Versamento quota di cofinanziamento

Diffusione della notizia dell'adesione

Comunicazione a mezzo mail a tutti i lavoratori e le lavoratrici dipendenti dell'adesione alla Rete; creazione di pagina ad hoc sulla rete intranet aziendale relativa al progetto; incontro iniziale di spiegazione e contestualizzazione dell'iniziativa, a cura del Responsabile Sistemi di Gestione

Comunicazione dell'attivazione dei bandi

A mezzo mail e mediante rete intranet vengono pubblicizzati (a cura dell'ufficio sistemi di gestione) i vari bandi attivati dal Comune Capofila per l'attribuzione di Voucher ai e alle dipendenti degli enti aderenti con figli a carico o familiari non autosufficienti a rimborso delle spese sostenute per questi ultimi

Ove necessario, vengono organizzati incontri ad hoc per chiarimenti tecnici relativi ai bandi, a cura dell'ufficio sistemi di gestione su richiesta di lavoratori e lavoratrici

Partecipazione ai bandi per l'attribuzione

di Voucher

I dipendenti possono scegliere se presentare al Comune Capofila la domanda in autonomia o affidare l'invio all'ufficio sistemi di gestione, dopo aver preparato tutta la documentazione probatoria necessaria

Stante il possesso dei requisiti e il posizionamento in graduatoria, il Comune comunica direttamente al e alla dipendente l'esito del bando e procede all'eventuale accredito

PARTNERSHIP

ATS Brescia, Comune di Palazzolo sull'Oglio (BS)

BUDGET

Cofinanziamento di adesione alla Rete

RISORSE DI PERSONALE

• 2 persone

**MODALITÀ DI INGAGGIO
DEI DESTINATARI**

Rete intranet (sezione dedicata), mail di rinforzo o promemoria per scadenze bandi

**DOCUMENTAZIONE
NECESSARIA**

Documentazione di volta in volta richiesta dal bando

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemidigestione@farco.it

Grest aziendale

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente e che collabora con l'azienda

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Periodi di chiusura delle scuole (carnevale, pasqua, natale, fine estate)

AZIONI

Idea progettuale

A partire da una spinta da parte della Direzione e dai bisogni dei lavoratori emersi a seguito di una indagine welfare svolta con questionario anonimo, è stata effettuata la condivisione del progetto del servizio di custodia de figli in età



scolare (3-14 anni) con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale, al fine di agevolare la conciliazione vita-lavoro dei collaboratori e delle collaboratrici in periodi di chiusura delle scuole e assenza di servizi sul territorio

Individuazione dello spazio da usare per lo svolgimento delle attività

Chiesta la disponibilità di alcuni spazi dell'oratorio sito nei pressi dell'azienda (in modo che fosse comodo per chi deve raggiungere l'azienda dalle varie direzioni) e stesura del contratto di locazione

Individuazione del fornitore di servizi socio-educativi

Richiesta di preventivi ad alcune cooperative del territorio che

offrono servizi socio-educativi; sottoscrizione del contratto e conferimento incarico per la stesura della proposta progettuale e organizzazione delle attività (recupero materiale, organizzazione degli spazi, definizione turni educatori necessari - anche in relazione a numero ed età dei minori partecipanti-, ...)

Accettazione della proposta progettuale (strutturazione della giornata e relative attività). I pranzi sono gestiti dagli educatori ma approvvigionati dalle famiglie (pranzo e merenda a sacco)

Raccolta dati partecipanti alla singola edizione

Ufficio Sistemi di Gestione comunica a mezzo mail l'attivazione del servizio per i singoli periodi (es. carnevale) con congruo anticipo al fine di raccogliere iscrizioni e dati anagrafici (o altro: intolleranze, allergie, ...) dei partecipanti. Coordinamento con referente degli educatori per comunicare le presenze e attivazione dello step successivo

Stipula della polizza assicurativa

Comunicando le presenze, Ufficio Sistemi

di Gestione conferisce mandato al referente degli educatori di attivare polizza assicurativa per i partecipanti

Attivazione e svolgimento del Farco Grest

Gli educatori accolgono bambini e ragazzi (dai 3 ai 14 anni, figli di dipendenti e collaboratori e collaboratrici) iscritti direttamente presso la struttura individuata; propongono attività (laboratori, spazio compiti, sport, giochi e attività ludico motorie varie) e sono d'aiuto e per il momento dei pasti

Il servizio è attivo per l'intero orario lavorativo aziendale, con libertà di affidare i figli anche per un orario ridotto

BUDGET

Il costo della buona prassi è interamente a carico dell'azienda (circa 6.000,00 € all'anno per 15 giornate)

RISORSE DI PERSONALE

- 2 persone dell'ufficio sistemi di Gestione e progetti interni;
- 1 persona dell'Amministrazione

Grest aziendale

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

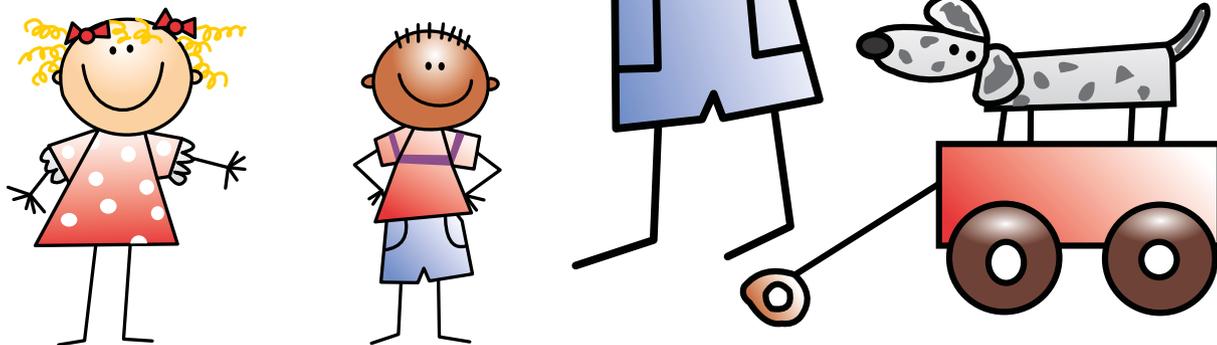
Comunicazione mediante la rete intranet aziendale (sezione dedicata al progetto) e mezzo mail per l'avvio delle singole edizioni

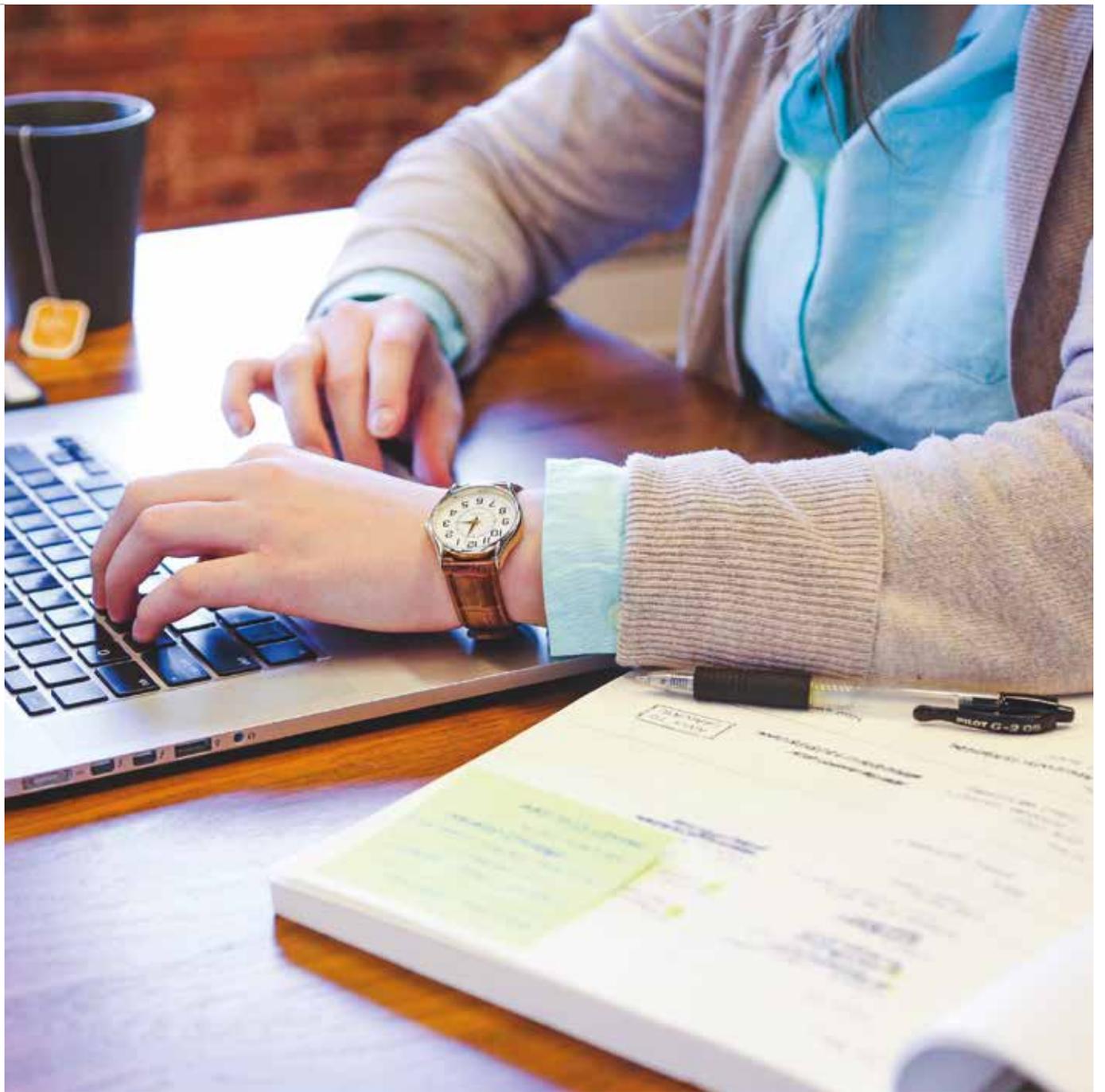
DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Dati anagrafici dei minori per la stipula della polizza e l'organizzazione delle attività
Polizza assicurativa a carico del fornitore dei servizi socio-educativi

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemidigestione@farco.it





Time saving

Gruppo Farco

AZIENDA

Gruppo Farco

DESTINATARI

Tutti i lavoratori, le lavoratrici

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

A partire da una spinta da parte della Direzione e dai bisogni dei lavoratori emersi a seguito di una indagine welfare svolta con questionario anonimo, è stata effettuata la condivisione con gli RLS, i rappresentanti dei lavoratori per la responsabilità sociale all'interno di una riunione periodica del Gruppo di riferimento per la Responsabilità Sociale, del progetto di attivazione di buone pratiche di conciliazione vita-lavoro, con particolare riferimento ad azioni di time-saving anche al fine di ampliare

l'offerta di servizi di welfare ai lavoratori e alle lavoratrici senza figli.

Individuazione delle aree tematiche di intervento e delle azioni

Con il Gruppo di Riferimento per la Responsabilità Sociale, si è definito quali aree di intervento risultassero prioritarie (oltre che sulla base dei risultati del questionario, anche riportando impressioni e stimoli ricevuti dai colleghi e dalle colleghe)

Sono state identificate:

- **Area sanitaria:** previsione di check up medici periodici presso la sede aziendale, durante l'orario di lavoro, grazie alla collaborazione con il medico Competente, disponibile per l'esecuzione di ecg, prelievi di campioni di sangue ed urine per esami ematochimici e delle urine e relativa refertazione (grazie al centro di medicina del lavoro interno era già individuato ed attivato un rapporto con il laboratorio di analisi); in periodo covid (dal 04/2020 al 12/2021) attivazione di teleconsulto medico
- **Area fiscale:** prosecuzione dell'accordo in precedenza stretto con un CAAF per la messa

a disposizione di una risorsa, presso nostra sede e durante l'orario di lavoro in giornate prefissate, per la predisposizione della dichiarazione dei redditi dei lavoratori e delle lavoratrici dipendenti ed eventualmente di familiari

- **Area culturale:** predisposizione di uno spazio dove riporre e consultare libri e riviste durante le pause lavorative

Comunicazione delle buone prassi e illustrazione delle modalità di adesione

Mediante impostazione di pagine dedicate al progetto welfare e alle singole azioni sulla rete intranet aziendale, diffusione delle iniziative e delle relative modalità operative; mail di rinforzo con link alla rete intranet e in occasione delle date per ricordare le iscrizioni

Organizzazione delle attività

L'ufficio Sistemi di Gestione, coadiuvato dall'ufficio segreteria medica (per il check up medico) e amministrativo (per il servizio 730) ha coordinato l'individuazione dei fornitori per chiedere una integrazione degli accordi contrattuali già in essere ed individuato il fornitore di libri e riviste (titoli e testate erano

state concordate in sede di progettazione); la prenotazione dei servizi è stata affidata agli uffici competenti su citati

PARTNERSHIP

Medico competente

BUDGET

Costi interamente a carico dell'azienda

- CAAF (80-100€ pro capite)
- Costo esami ematochimici e urine (circa 50-70€ pro capite)
- Costo call center e servizio supporto medico a distanza
- Acquisto libri e riviste (circa 1000€)
- Integrazione costo medico competente

RISORSE DI PERSONALE

- 1 persona ufficio amministrativo (Gestione prenotazioni 730)
- 1 persona segreteria medica (gestione prenotazione visite mediche)
- 2 persone ufficio sistemi di gestione (Supervisione presa in prestito e restituzione)

Time saving

libri della biblioteca)

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

Comunicazione mediante la intranet aziendale
e mezzo mail

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

- Documentazione necessaria alla compilazione del 730
- Documentazione sanitaria rilevante

RIFERIMENTO

Ufficio sistemi di gestione e progetti interni
sistemi gestione@farco.it



Un'opportunità esclusiva per il personale AB

4YOU

LA CARD CON TANTI VANTAGGI A PORTATA DI MANO



Convenzioni

AB Impianti

OBIETTIVO

- Consentire ai lavoratori un risparmio di tempo (alcune agevolazioni offrono servizi che possono essere fatti durante l'orario lavorativo es. lavaggio auto, cambio gomme, ritiro capi per la lavanderia, ordine e consegna da farmacia..)
- Risparmio economico per i lavoratori
- Incentivare l'attività fisica tramite convenzioni con palestre e corsi
- Supportare le attività commerciali locali (es. per acquisto frutta cooperativa sociale, piccoli negozi,..)

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente e famigliari

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Idea progettuale

Incontro del team WHP all'interno del quale, a partire dalle richieste dei lavoratori e delle BuonepraticheprevistedalManualeRegionale si è deciso di sviluppare questa azione ed è stato definito il budget da dedicare

L'iniziativa prevede la consegna ai dipendenti di una tessera che, mostrandola, permette di accedere a delle agevolazioni e scontistiche con delle attività convenzionate con cui sono stati definiti degli accordi

Definizione di criteri per l'identificazione delle convenzioni da stipulare:

- Prediligere convenzioni che consentano un risparmio di tempo
- Favorire lo svolgimento di attività fisica (convenzioni con Palestre, Centri sportivi,.. abbonamenti e/o corsi)
- Favorire accesso a servizi medico/sanitari
- Promuovere piccole realtà locali e artigianali
- Sfruttare rapporti già in essere con nostri fornitori (es. materiale idraulico, elettrico, ferramenta,..)
- Accogliere segnalazioni di convenzioni

proposte dai dipendenti

Modello della Convenzione

Con il coinvolgimento dell'ufficio legale, è stato predisposto un modello base utilizzato per la formalizzazione degli accordi tra il Gruppo AB e l'attività

Stipula Convenzioni

Seguendo i criteri definiti si sono contattati fornitori, attività locali di zona, attività segnalate da colleghi, gli si è spiegata l'iniziativa e con chi ha accettato (praticamente tutte quelle contattate) si è proceduto prima di tutto alla definizione nel merito della specifica convenzione (sconto, ...) e poi alla formalizzazione dell'accordo con l'apposito modello base

Ad oggi sono state stipulate oltre 100 convenzioni nei principali settori:

- *FOOD & BEVERAGE* (ristoranti, bar, gelateria, pasticceria, fornerie e negozi alimentari,...)
- *HEALTH CARE* (ortopedico, dentista, ottico, farmacia, visite specialistiche in ambulatori e ospedali)
- *LIFE* (asilo nido, scuola d'infanzia, cartolerie, lavanderia, istituti di credito)

- *FITNESS* (palestra, centri sportivi, piscina)
- *BEAUTY & FREE TIME* (parrucchiere, estetista, massaggi, ottico, gioielleria, abbigliamento)
- *TRAVELLING* (agenzia viaggi e parcheggi auto)
- *VEHICLES* (carrozzeria, meccanico, gommista, rivendita, autolavaggio, noleggio auto)
- *FORNITURE* (materiale elettrico, idraulico, chiusure, porte e automazioni, arredamento, ferramenta)

Tessera

Tra i fornitori con cui collaboriamo abitualmente per attività di stampa, abbiamo selezionato un fornitore che ci fornisse le tessere personalizzate

Sito internet delle convenzioni

Per consentire al dipendente di essere costantemente aggiornato sulle convenzioni attive (spesso ce ne sono delle nuove e a volte alcune vengono interrotte) è stato predisposto uno specifico sito. Il sito è stato creato da una piattaforma gratuita (Yola - Crea un sito web gratuito). Nel sito è contenuto l'elenco delle convenzioni divise per area, un file scaricabile di riepilogo delle convenzioni e un'area

Convenzioni

dedicata ad eventuali allegati necessari per usufruire delle convenzioni

Preparazione strumenti comunicazione

Il Referente WHP e l'ufficio marketing hanno predisposto una locandina che contiene tutte le informazioni dell'iniziativa e il regolamento. La locandina è stata inviata via mail, esposta nelle bacheche WHP dei reparti produttivi e mostrata sui totem

Promozione dell'evento

La locandina è stata inviata via mail a tutti i dipendenti dotati di mail aziendale, esposta nelle bacheche WHP dei reparti produttivi e mostrata sui totem disposti all'interno delle sedi. Periodicamente vengono mandate comunicazioni via mail per ricordare l'iniziativa e comunicare le nuove convenzioni

Consegna tessera

Al momento dell'introduzione dell'iniziativa, a tutti i dipendenti è stata consegnata la tessera; la tessera viene inoltre consegnata a tutti i nuovi assunti

Mantenimento convenzioni

Per ogni convenzione stipulata è stato definito un referente interno tra i membri del team

WHP. Il referente deve assicurarsi che le condizioni vengano rispettate e se necessario aggiornare gli accordi in base alle specifiche necessità. Le convenzioni si ritengono valide fino ad una richiesta di disdetta scritta tra una delle parti

PARTNERSHIP

Attività commerciali locali e fornitori

BUDGET

€ 2 a stampa tessera

RISORSE DI PERSONALE

- 1 persona per definire accordi commerciali
- 1 persona per aggiornamento sito

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

- Locandina visualizzata su totem e affissa in punti strategici
- Invio a chi possiede mail aziendale di specifica comunicazione

- Passaparola del personale
- Comunicazione sul sito aziendale

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Modello della convenzione

RIFERIMENTO

Referente Progetto WHP

whp@gruppoab.com



The screenshot displays a grid of service providers categorized under 'Filtro per categoria'. The providers listed include:

- Gruppo Agnese Benavente**: A massage therapist.
- Salvoceglia & Vigore**: An optician.
- Senza Diagnostica Srl**: A diagnostic center.
- Farmacia Stanalini Dr. Marco**: A pharmacy.
- Educatrice Veronica - E droghe piante Spa**: A wellness center.
- Farmacia Vitali Sara**: A pharmacy.

Each provider card features a representative image and a brief description of their services.





Sportello di ascolto

Gruppo Cogeme

OBIETTIVO

Fornire un supporto a tutti coloro che necessitano di un sostegno psico-emotivo per rielaborare qualche motivo di sofferenza personale

DESTINATARI

Tutto il personale dipendente, quello in somministrazione e a risorse in tirocinio con rapporti attivi in Acque Bresciane e nelle Società del Gruppo Cogeme

DURATA DELL'AZIONE PER I DESTINATARI

Tutto l'anno

AZIONI

Nascita del progetto

All'inizio dell'estate del 2020, l'evidenza di situazioni familiari con lutti e la sensazione che per alcuni restassero timori al rientro dopo l'emergenza COVID-19, ci hanno indotto a progettare uno spazio di ascolto, riservato e

a distanza, per aiutare i colleghi interessati al superamento di situazioni di stress. L'obiettivo era quello di inserire un canale aggiuntivo di aiuto per restare vicini a coloro che si trovano in una condizione di difficoltà o solitudine e fornire un sostegno a chi dovesse rielaborare un lutto

Progettazione del Servizio

Tramite un approfondimento sui principali motori di ricerca, è stata individuata una Psicologa e Psicoterapeuta che già operava per uno dei Comuni gestiti da Acque Bresciane. Nell'ambito dell'emergenza COVID-19 tale Comune aveva infatti attivato gratuitamente uno "Sportello di ascolto e sostegno psicologico rivolto a adulti, anziani, operatori sanitari, adolescenti e giovani" pubblicizzato sul sito del Comune unitamente ai contatti dei Professionisti

Sentita la Psicologa e acquisita la sua disponibilità sono stati svolti gli adempimenti burocratici e amministrativi necessari all'affidamento dell'incarico, quindi:

- Acquisizione dell'offerta economica e accettazione della stessa da parte della

Direzione

- Creazione del fornitore nel gestionale aziendale dedicato in quanto nuovo fornitore
- Emissione della Richiesta di Acquisto tramite il medesimo gestionale con successiva sottoscrizione ed inoltro all'Ufficio dedicato per la generazione del Contratto
- Invio alla Psicologa del Contratto per la sottoscrizione e restituzione

La fatturazione viene gestita periodicamente e quindi i relativi pagamenti, secondo quanto concordato nel Contratto

La Psicologa è Titolare Autonomo del Trattamento ed è quindi sua cura fornire ai colleghi idonea Informativa ai sensi della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali

Ogni informazione gestita viene trattata esclusivamente dalla professionista

Attivazione del Servizio

Lo Sportello di Ascolto, gratuito e anonimo per tutti i colleghi, è quindi diventato operativo. I colloqui si svolgono da remoto, secondo la preferenza del dipendente, tramite Skype, Teams, WhatsApp oppure anche solo

telefonicamente. È stato inizialmente attivato in due momenti fissi durante la settimana, il martedì e il venerdì, ma è possibile trovare soluzioni diverse, con ulteriore flessibilità per i colleghi

Comunicazione del Servizio

Tutti i colleghi sono stati informati rispetto alla nascita e alle modalità di accesso del servizio con diverse modalità, nel dettaglio tramite:

- Comunicazione via e-mail con tutti i dettagli dell'iniziativa
- Post del social aziendale Yammer
- Pagina dedicata con tutte le info. nella brochure WHP

Feedback

Vengono effettuati check periodici di allineamento con la Psicologa per monitorare l'andamento dell'iniziativa

Considerati i riscontri positivi fornitici spontaneamente dai colleghi e sulla base anche del numero di adesioni (comunque anonime), l'iniziativa ha ricevuto un feedback molto positivo

Estensione del Servizio

Lo Sportello di Ascolto è stato successivamente

Sportello di ascolto

SPORTELLO DI ASCOLTO

Ricordiamo che tale Sportello Ascolto è gestito dalla Psicologa professionista che ha già lavorato per il Comune su questa tematica.

I colleghi che fossero interessati dovranno contattarla direttamente al numero oppure tramite WhatsApp al medesimo numero per calendarizzare un appuntamento. Al momento del contatto con la Dott.ssa è sufficiente comunicare il proprio nome e cognome e la Società di appartenenza.

**Sportello Ascolto gratuito,
aperto a tutti coloro che intendono beneficiare
di un sostegno per rielaborare qualche motivo
di sofferenza personale**

I colloqui si potranno svolgere il martedì e il venerdì pomeriggio dalle 18.00 alle 19.00, a scelta tra le seguenti modalità:

- telefonicamente al numero
- videochiamata tramite WhatsApp al medesimo numero.
- videochiamata tramite Skype





Sportello di ascolto

prorogato anche per situazioni di fragilità più in generale: l'obiettivo è divenuto quello di fornire un supporto a tutti coloro che necessitano di un sostegno per rielaborare qualche motivo di sofferenza personale

STRUMENTI UTILIZZATI

PC, Smartphone, WhatsApp, Skype, Teams, e-mail e canale social aziendale (Yammer)

BUDGET

Tariffa oraria del/della Professionista con fatturazione a consuntivo (circa 40€/ora)

RISORSE DI PERSONALE

- 1 persona per definire accordi commerciali
- 1 persona per aggiornamento sito

MODALITA' DI INGAGGIO DEI DESTINATARI

I destinatari hanno ricevuto informazioni relative alle modalità di accesso all'iniziativa sia tramite e-mail dedicate, sia tramite post

sul canale social aziendale (Yammer)

Sempre in Yammer, è stato postato un video di presentazione della Psicologa, finalizzato ad avvicinare e incuriosire i colleghi. Inoltre, sul sito aziendale è presente una sezione permanente dedicata all'iniziativa stessa. L'iniziativa è stata poi ricordata nella brochure WHP, resa disponibile a tutte le Risorse della società nella propria area personale sul portale del dipendente.

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

Contratto tra Azienda e Professionista. Essendo la Psicologa Titolare Autonomo del Trattamento è sua cura far avere idonea Informativa in materia di protezione dei dati personali.

RIFERIMENTO

Ufficio Risorse Umane
Tel. 346/4776324

*Il lavoro può essere una risorsa
per la crescita individuale
e il potenziamento delle capacità personali.
Il miglioramento sia dell'ambiente
sia dell'organizzazione del lavoro
può incidere efficacemente
sui processi di invecchiamento attivo,
creando condizioni di supporto e inclusione dei lavoratori.*

