

La Grande Trasformazione del Lavoro - Il Wellness e la Generazione Y: analisi dei comportamenti e dei metodi per promuovere la salute

Negli ultimi decenni, il mondo del lavoro sta vivendo un processo di trasformazione.

L'instabilità e la mutevolezza dei mercati, una nuova identità del lavoro e una visione dell'uomo come agente e protagonista di un processo di cambiamento culturale impattano sulle forme di partecipazione dei lavoratori alla gestione dell'impresa, allo sviluppo della contrattazione decentrata e al grande aumento di lavoratori autonomi (F. Seghezzi, *La nuova grande trasformazione del lavoro: alla ricerca di una identità del lavoro che cambia*, La Grande Trasformazione del Lavoro, *Il Sole 24 Ore*, Nòva, 22 settembre 2014).

In questo contesto, un numero considerevole della forza lavoro appartiene ad un gruppo di persone nate tra il 1980 e il 2000, con diversi desideri rispetto a quelli delle generazioni precedenti. Tali individui sono comunemente chiamati Generazione Y o Millennials (Strauss, Howe, Millennials Rising: The Next Greatest Generation, Vintage Books, 2000). Queste persone si sono sviluppate in un mondo in continua evoluzione tecnologica e informatica, fortemente globalizzato e mutevole, in cui i posti di lavoro devono supportare sempre di più i rapidi cambiamenti dinamici dell'organizzazione e i concomitanti bisogni del personale circa l'ambito del work-health-life-balance, diventato il compito più significativo per la funzione Human Resources (S. Young Lee, J. Brand, Effects of control over office workspace on perceptions of the work environment and work outcomes, Journal of Environmental Psychology, 25, pp. 323-333, 2005).

Un recente studio *The Consumer Health Mindset* di AON Hewitt in collaborazione con il National Business Group on Health e il Futures Company esplora prospettive, atteggiamenti e comportamenti che le persone, appartenenti alla Generazioni Y e precedenti, detiene verso la salute e l'assistenza sanitaria, nonché il loro comportamento sui piani di salute e programmi di *wellness* proposti dal datore di lavoro.

Nel merito, il report di commento si divide in cinque aree cruciali: *wellness* personale, *wellness* organizzativo, programmi di promozione e prevenzione alla salute, partecipazione ai piani sanitari e l'utilizzo di canali di comunicazione. Inoltre, lo studio si è svolto negli Stati Uniti nel periodo fra Agosto e Settembre 2013 con un campione di riferimento di 2.732 persone cosi suddiviso: 55% donne e 45% uomini con un'età media fra i 30 e i 49 anni e con un impiego full-time (77%) (per altre informazioni sul campione consultare il report di riferimento).

Addentrandosi nei contenuti dell'indagine, lo studio rileva che gli iscritti a un piano sanitario sono più propensi a valutare la loro salute come molto buona o eccellente (65%) contro



La Grande Trasformazione del Lavoro - Il Wellness e la Generazione Y: analisi dei comportamenti e dei metodi per promuovere la salute

il 60% di chi non è iscritto a nessun programma. Interessante diviene anche il dato sulla percezione che le persone hanno della propria salute: il 92% la valuta buona ma di questi, in realtà, risultano in sovrappeso o obesi il 59%.

Per i programmi di promozione e prevenzione alla salute sul luogo di lavoro, l'indagine rileva che l'86% ritiene che essi abbiano molti vantaggi, in primis quello di essere un buon investimento di business per il datore di lavoro. A sostegno di ciò, nello studio in oggetto, si evidenzia che i dipendenti nel settore sanitario o in società di assistenza sociale valutano il loro posto di lavoro come un luogo di supporto alla promozione e prevenzione della salute (44%)..............

Continua a leggere l'articolo su Nòva Fabiola SilvaggiScuola internazionale di dottorato in Formazione della persona e mercato del lavoro ADAPT-CQIA, Università degli Studi di Bergamo @FabiolaSilvaggi