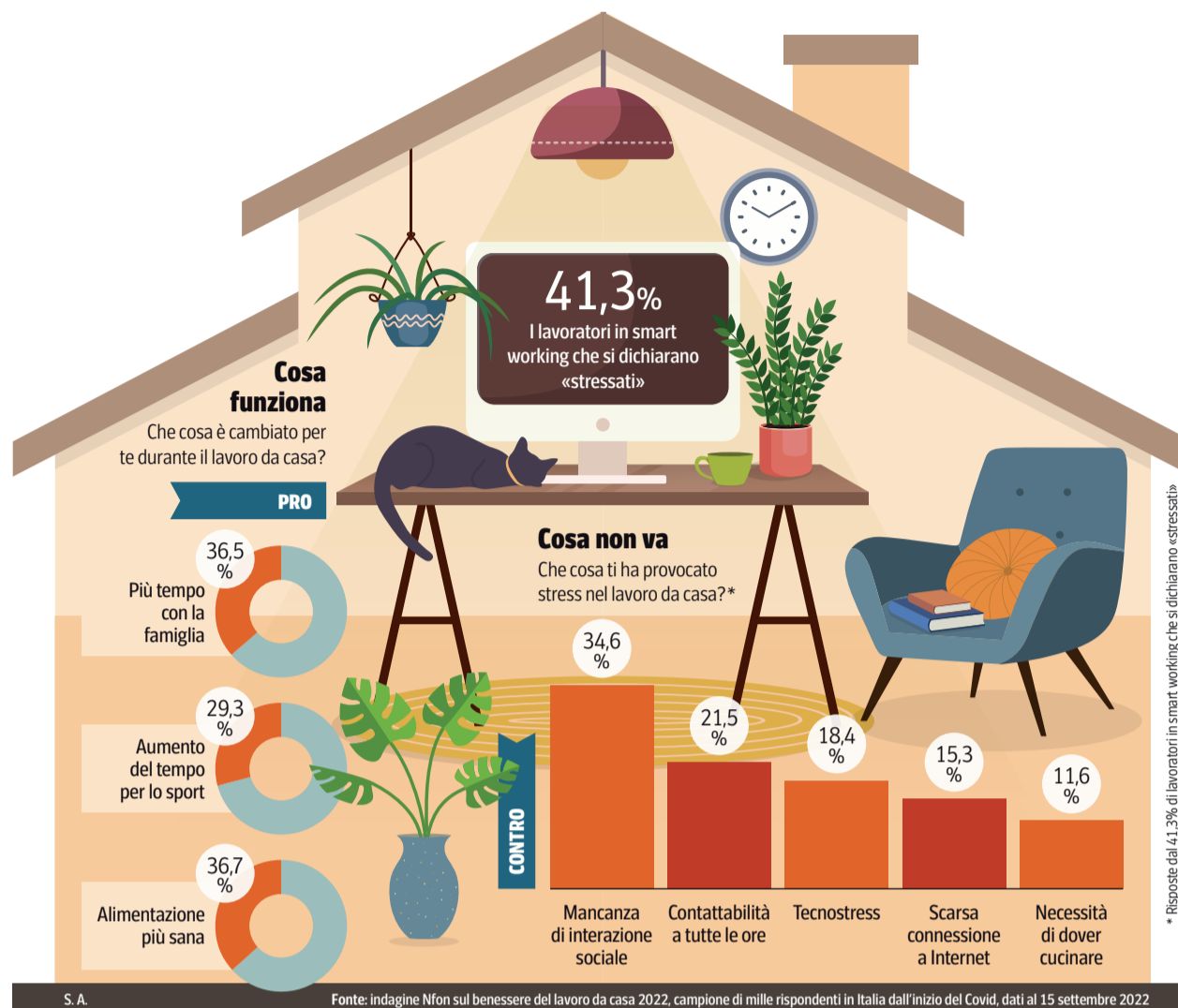


Le ore di lavoro e l'impegno possono anche aumentare (succede in un caso su quattro), ma allo stesso tempo cresce il tempo per la famiglia e per lo sport, inoltre si mangia meglio (più o meno in un caso su tre). È l'effetto dello smart working, che si appresta a segnare il terzo anno di vita, secondo il «Rapporto sul benessere del lavoro da casa 2022».

Lo studio è stato condotto dalla Nfon di Monaco (azienda di soluzioni per la comunicazione aziendale sul cloud) in otto Paesi: Austria, Spagna, Gran Bretagna, Francia, Polonia e Portogallo, in collaborazione con Statista Q. È rappresentativo di oltre mille partecipanti per Paese e le risposte si riferiscono al periodo che va dall'inizio del Covid a oggi, finché si è lavorato da casa. Legato a doppio filo con lockdown e pandemia, secondo l'Istat lo smart working nel picco massimo ha interessato sette milioni di italiani.



LAVORARE DA CASA VANTAGGI E TECNOSTRESS

Tra gli effetti dello smartworking l'equilibrio con la vita privata e l'alimentazione sana, ma anche le difficoltà con pc e wi-fi. E più ore d'impegno. La ricerca Nfon sull'Italia

di **Umberto Torelli**

Risultati

Il 28,4% degli intervistati italiani afferma che il carico di lavoro è aumentato, inoltre per il 23,3% sono salite le ore di impegno aziendale. Ma allo stesso tempo il 36,5% del campione dichiara di avere raggiunto un migliore equilibrio tra lavoro e vita privata, con più tempo per famiglia e amici. Non solo: il 29,3% dei lavoratori che hanno partecipato alla ricerca dichiara di essersi dedicato di più allo sport e il 36,7% valuta più sana l'alimentazione della propria cucina.

Paolo Fortuna, managing director di Nfon Italia, lo definisce «il paradosso del lavoro da casa». «Dunque evitando gli spostamenti quotidiani e con una programmazione flessibile della giornata le persone possono lavorare di più, aumentando il tempo libero», dice.

I risultati dello studio indicano però che le nuove condizioni lavorative causano anche stress agli smart worker. Il 41,3% degli intervistati dice infatti di sentirsi comunque sotto pressione o quando lavora da casa. Perché? Oltre uno su tre (34,6% di chi si sente stressato) mette al primo posto l'isolamento dovuto alla mancata interazione sociale con i colleghi. Il 21,5% dichiara il fastidio di essere contattabile a tutte le ore, fatto che limita la sfera privata.

Segue con il 18,4% ciò che l'indagine definisce il «tecnostress», dovuto al malfunzionamento degli apparecchi

elettronici: per esempio il computer poco efficiente o il wi-fi lento per la cattiva connessione a Internet. L'11,6% degli smart worker italiani «stressati» segnala infine di essere costretto a cucinare, anche se migliora la qualità del cibo.

C'è poi il problema delle dimissioni volontarie, emerso durante il periodo del Covid. «Un motivo di preoccupazione per il futuro — dice Fortuna — nonché un segnale di allarme per i datori di lavoro».

Spostamenti

Il 2,4% degli intervistati dichiara di avere già pianificato di cambiare lavoro a causa delle esperienze vissute durante il lavoro da casa. Mentre il 9,3% lo ha già fatto. I motivi? Scarse opportunità di sviluppo professionale (30,4%) e aumenti retributivi non concessi. Lo conferma il sondaggio Global Workforce Hopes realizzato da PwC su un campione di oltre 52 mila lavoratori in 44 Paesi (Italia inclusa). Ebbene, uno su cinque valuta il passaggio a un nuovo lavoro nei prossimi 12 mesi, mentre il 35% dichiara di aver intenzione di chiedere un aumento di stipendio.

Luca Ruggi, direttore Risorse umane di PwC Italia, spiega: «Le aziende devono migliorare le competenze dei lavoratori con programmi di formazione dei nuovi strumenti digitali, controllando di

Quattro dipendenti «agili» su 10 si sentono sotto pressione. Ma per il Polimi le aziende possono risparmiare 500 euro l'anno a postazione

più la qualità del lavoro».

E che dicono le aziende? Secondo la recente ricerca dell'Osservatorio Smart Working della School of Management del Politecnico di Milano, reso pubblico il 20 ottobre scorso, lo smart working è presente nel 91% delle grandi imprese italiane (81% nel 2021), mediamente con 9,5 giorni di lavoro da remoto al mese. Mentre nelle piccole e medie imprese ha coinvolto negli ultimi dodici mesi il 48% dei lavoratori (dal 53% iniziale), in media per 4,5 giorni al mese.

Risparmi

Qui ciò che frena è la cultura organizzativa che privilegia il controllo in presenza e percepisce il lavoro da casa come soluzione di emergenza. Ma dalla ricerca del Polimi emerge che per le aziende si tratta in ogni caso di un vantaggio economico. Consentire ai dipendenti di svolgere attività lavorative fuori sede due giorni alla settimana permette di ottimizzare gli spazi riducendo i consumi, con un risparmio di circa 500 euro l'anno per ciascuna postazione. E riducendo, nel caso, gli spazi della sede del 30%, il risparmio può aumentare a 2 mila 500 euro annui per ogni lavoratore che usa il suo «home office» e le risorse domestiche a disposizione.

@utorelli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Pit Spot

ENEL, IL BILANCIO DEI 60 ANNI SI CHIUDE CON LE PERSONE



a cura di **Aldo Grasso**
pitspotcorriere@gmail.com
in collaborazione con **Massimo Scaglioni**

Un anniversario importante, oltre mezzo secolo di vita, raccontato attraverso i suoi effetti, le conseguenze sulla vita di migliaia di persone. Ovvero narrato attraverso i fatti, «fatti che contano». Sono questi gli ingredienti principali della nuova campagna con cui Enel festeggia i suoi 60 anni, nella creatività di Saatchi & Saatchi. Lo spot è un ulteriore tassello della campagna #iFattiContano lanciata nel corso della scorsa estate: l'idea di fondo è narrare la concretezza dei numeri, che si sommano nel corso di 60 anni. E dunque, ecco qui una serie di «testimonial» della vita di tutti i giorni, a riflettere l'esperienza che potrebbe essere quella di ognuno di noi. «Quanto fa se sommiamo... — inizia la voice over, seguita da persone che ricordano i vari fatti che caratterizzano l'azienda Enel — ... se sommiamo 1,16 milioni di chilometri di rete elettrica; per 32 milioni di case e aziende in Italia; 14.600 megawatt di capacità installata rinnovabile...». Dagli aspetti più tecnici si passa però a numeri più personali: «42 mila punti di ricarica, 5 mila assunzioni in cinque anni, 2 mila spadellate sul piano a induzione, 130 fughe sulle alpi, 8 viaggi indimenticabili, due compleanni di Giulia, un bacio sotto il balcone...». Insomma, come ci raccontano i tanti testimonial, l'energia elettrica innerva le nostre esistenze, ed Enel è presente da sessant'anni. Le fila si tirano nella sequenza finale: una ragazza interrompe il flusso, perché ormai ha perso il conto. «E quindi, aspetta, quanto fa?». Riecco la voice over, che chiude: «Te lo dico io. Fa 60. 60 anni di fatti che contano». Chiude il logo di Enel dedicato all'importante anniversario. Oltre a persone comuni, il film si avvale di volti noti: Marco Bocci, anche questa volta nel ruolo di padre della piccola Giulia — in un fil rouge che si riallaccia al format narrativo che racconta la quotidianità dei consumatori Enel Energia — e Alessandro De Marchi, ciclista professionista e Maglia Rosa alla quarta tappa del Giro d'Italia 2021. Insomma, continuità e innovazione, anche in comunicazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA