

**IL NUOVO VOLTO DEL WELFARE.** Un'indagine condotta dall'Assindustria rivela molte sorprese e una serie insospettata di "azioni" e di protagonisti del benessere in azienda

# Così le imprese mettono al centro l'uomo

Tre su quattro (fra quelle che hanno fino a 50 dipendenti) adottano un orario flessibile. E c'è chi ha anche il defibrillatore

**Antonio Di Lorenzo**

C'è chi assicura flessibilità d'orario per evitare ai dipendenti il caos e il trauma quotidiano del traffico al collasso. Ma c'è anche chi offre loro corsi di inglese e di informatica.

C'è chi è elastico nell'orario perché le mamme possano andare a recuperare all'asilo l'amato pargoletto, ma c'è pure l'imprenditore che chiude un occhio sulla liquidità aziendale e sgancia l'anticipo sul Tfr per far acquistare la sospirata casa.

C'è chi mette a disposizione almeno un locale ristoro e un microonde perché i dipendenti possano scaldarsi il cibo portato da casa. E c'è chi affronta, a nome loro, le banche per spuntare rate di mutuo non asfissianti. C'è chi restringe al massimo la pausa pranzo, per consentire ai dipendenti di lasciare prima l'azienda e avere più tempo per sé o per la famiglia. E c'è chi si impegna, non solo l'8 marzo, ad assicurare pari opportunità alle donne in fatto di stipendio, carriera, part-time.

**Matteo Cielo**  
**«Anche la piccola  
impresa è decisiva  
Basta poco per  
fare stare bene  
i dipendenti»**

C'è, infine, chi si preoccupa perfino di avere un defibrillatore in azienda. Per il momento sono otto nel Vicentino (più quelli delle sezioni territoriali di Assindustria): da Tezze sul Brenta a Villaga, da Montecchio Maggiore a Vicenza, da Arzignano a Caldogno... Ma è una scelta che disegna il nuovo volto del *welfare alla vicentina*: se Alessandro Rossi e Gaetano Marzotto costruiscono "città sociali" e Società di mutuo soccorso, adesso l'impresa che mette al centro l'uomo c'è ancora, è ben viva ma segue altre strade. Quali siano questi comportamenti virtuosi l'ha messo in luce un'indagine - che ha riservato parecchie sorprese - condotta dall'Assindustria berica. «Anziché diffondere teoricamente il concetto di "responsabilità sociale dell'impresa", che è compito arduo, è meglio fotografare quali sono le azioni positive che sono già realizzate in azienda. Perché queste attività non sono né semplici né scontate fra le stesse imprese». Matteo Cielo, giovane imprenditore nel settore del vino, delegato per la responsabilità sociale d'impresa, ha spiegato finalità e risultati del sondaggio "L'uomo al centro".

A 1.950 aziende, sulle oltre 2.300 iscritte, sono stati distribuiti i questionari, articolati in cinque argomenti. Ne sono tornati compilati 167, circa il 9%. Un risultato definito dallo stesso presidente Roberto Zuccato «molto elevato». «Di que-



Il presidente di Assindustria Roberto Zuccato e Matteo Cielo

sti tempi, i questionari sono l'ultima preoccupazione per un imprenditore. Chi si mette a rispondere, vuol dire che ci crede davvero».

Che questo sondaggio sia un affidabile specchio dell'intera imprenditoria vicentina lo provano due considerazioni: «Molte imprese - spiega Matteo Cielo - che non hanno risposto al questionario, ritroveranno in queste "azioni" a favore dei dipendenti più d'una che loro stesse stanno realizzando. Inoltre, l'80% delle imprese che ha risposto non ha attivato un percorso di responsabilità sociale. Vuol dire che la stanno già vivendo, vuol dire che il terreno è fertile per far crescere questo concetto: mettere al centro l'uomo».

«L'indagine dimostra - sottolinea



