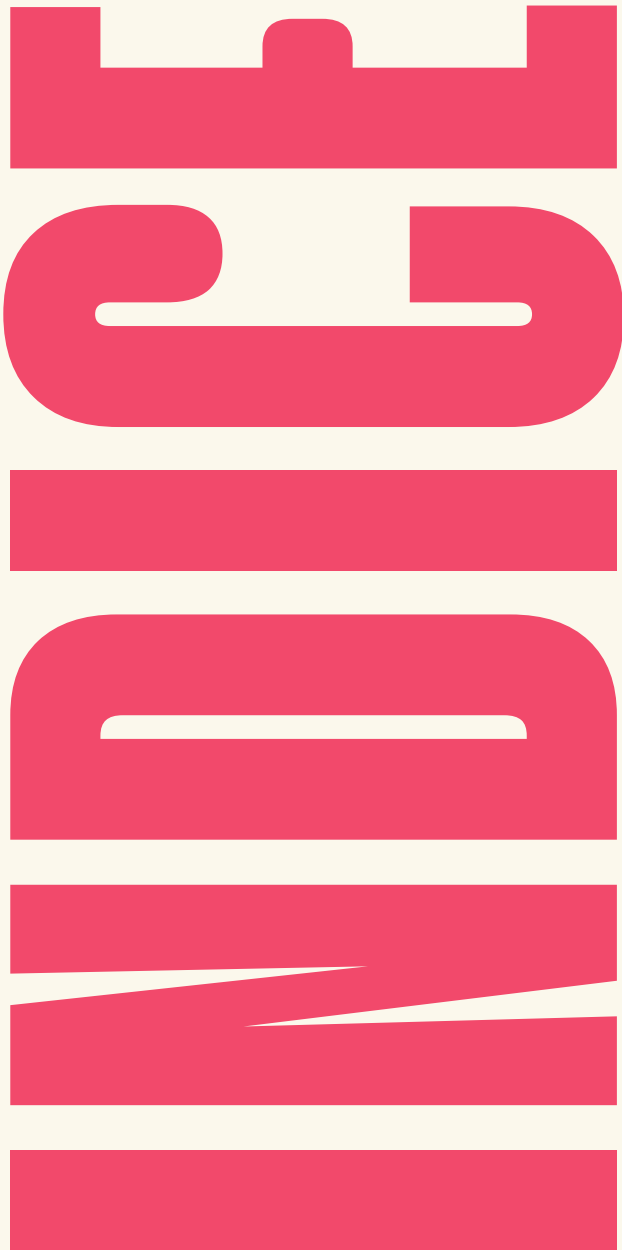


ROI DEL ^{'25} BENESSERE

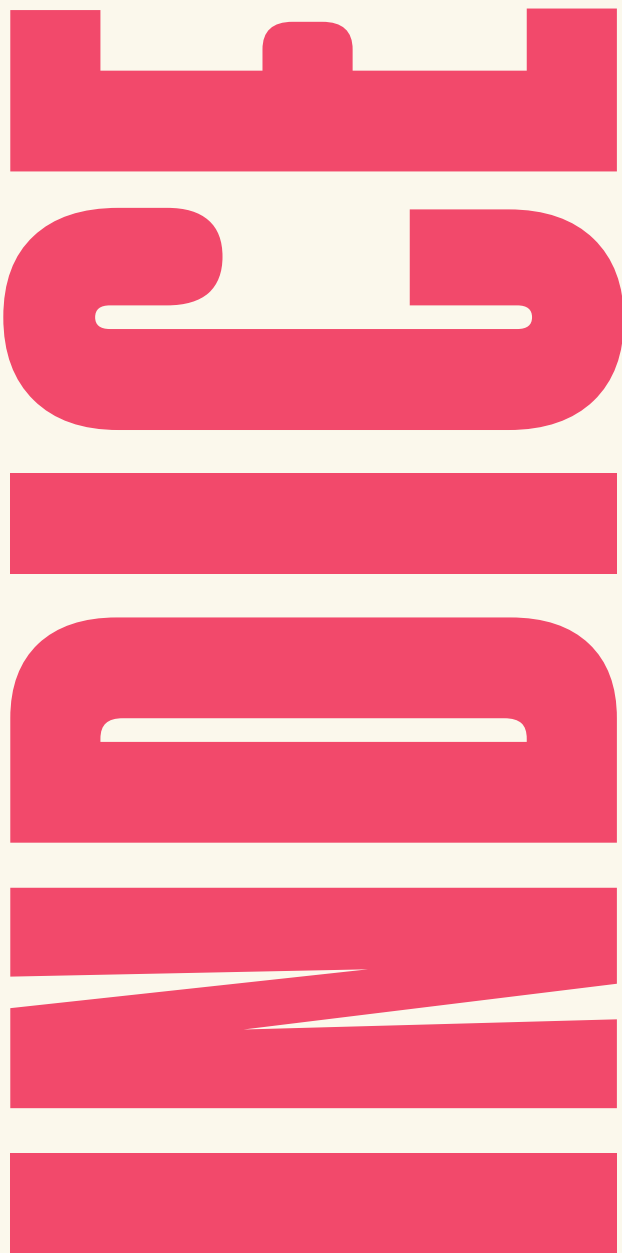
Un investimento
vincente secondo
i CEO



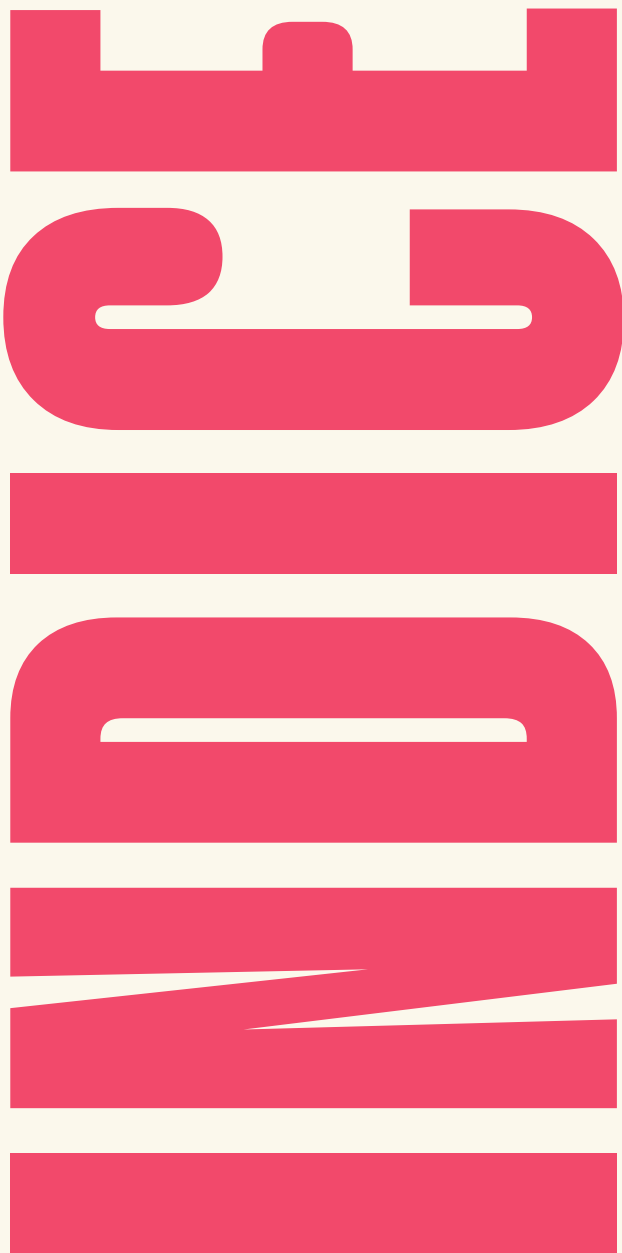
wellhub



0 1	Introduzione	05
1.1	Prefazione	05
1.2	Da un'altra prospettiva	08
1.3	Statistiche principali	09
0 2	Il benessere aziendale secondo i CEO	12
2.1	Cosa pensano veramente i CEO del benessere dei dipendenti	12
2.2	Cosa pensano veramente i CEO dei programmi di benessere	16
2.3	I programmi di benessere più richiesti dai CEO	30
2.4	Le principali obiezioni dei CEO ai programmi di benessere (e come affrontarle)	35
0 3	La formula del ROI: misurare il benessere secondo i CEO	42
3.1	Cosa apprezzano di più i CEO nei programmi di benessere	42
3.2	Come misurano i risultati i CEO	49
3.3	Cosa spinge i CEO ad aumentare gli investimenti nel benessere	62



0 4	Il ruolo del CEO nel benessere dell'azienda	78
4.1	Uno sguardo al benessere dei CEO	78
4.2	Dare l'esempio	92
0 5	Il futuro del benessere aziendale	97
5.1	Il benessere mentale diventa il fulcro del futuro del wellbeing aziendale	99
5.2	Personalizzazione, prevenzione e benessere supportato dalla tecnologia	100
5.3	Longevità e benessere olistico, le nuove protagoniste	101
5.4	La flessibilità è il futuro, nonostante la resistenza di alcuni leader	102
0 6	Superare le difficoltà di implementazione e adozione dei programmi di benessere	104
6.1	Obiezione 1: i dipendenti non parteciperanno a un programma di benessere	105
6.2	Obiezione 2: abbiamo altre priorità di budget	107
6.3	Obiezione 3: stiamo già sostenendo il benessere dei dipendenti	109
6.4	Obiezione 4: i programmi di wellbeing non migliorano davvero il benessere dei dipendenti	110
6.5	Obiezione 5: i programmi di benessere sono troppi difficili da gestire	113



0 7	L'effetto Wellhub	116
7.1	Una cultura del benessere promossa dai leader	116
7.2	Il benessere comincia ai vertici dell'azienda: i benefici riconosciuti dai CEO	118
7.3	Come trasformare il benessere in ROI e vantaggio competitivo con Wellhub	120
0 8	Conclusioni	123
0 9	Il benessere nel mondo	125
1 0	Cos'è Wellhub	135
1 1	Appendici	137
11.1	Metodologia	138
11.2	Domande del sondaggio	138
11.3	Bibliografia	142

1 Introduzione

1.1 Prefazione

L'innovazione non si limita alla tecnologia, ma coinvolge ognuno di noi. In questo scenario in evoluzione, i dipendenti riconoscono con crescente chiarezza il valore del benessere; di conseguenza, le aziende che sottovalutano o scelgono di non supportare attivamente questa esigenza, rischiano concretamente di rimanere indietro. Non si tratta dell'ennesimo benefit opzionale, bensì di un fattore ormai cruciale per il successo e la competitività di un'impresa.



So bene quanto sia facile dimenticare questa verità essenziale. Crescendo in Brasile, accedere al benessere è sempre stato alquanto facile e immediato. Il clima caldo, i numerosi parchi a disposizione e la cultura che esalta uno stile di vita attivo hanno reso l'attività fisica un aspetto naturale della vita quotidiana.

Tutto è cambiato radicalmente non appena sono entrato nel mondo del lavoro prima come data analyst, poi come consulente e dirigente; l'accesso al benessere è diventato anno dopo anno un vero e proprio problema. Il poco tempo disponibile,

la pressione sul lavoro e un'infinità di priorità contrastanti hanno reso difficile mantenere le mie abitudini. Queste sfide hanno influito negativamente sulla mia salute, sulla mia concentrazione e sulle mie relazioni. Al punto che era diventata una situazione insostenibile e questa mia difficoltà personale era condivisa da molte più persone di quanto potessi immaginare.

Da qui è nata l'ispirazione per Wellhub: volevo ripristinare ciò che era andato perduto, offrendo un accesso semplice e naturale al benessere per chi affronta le sfide e il ritmo frenetico della vita moderna, il tutto con il supporto dei propri datori di lavoro.

Il mio percorso racchiude un'importante lezione per i CEO e i leader di tutto il mondo: proprio come le nostre organizzazioni forniscono assistenza sanitaria, piani pensionistici e assicurazioni sulla vita, investire nel benessere rappresenta il passo successivo, e anche quello più naturale, per supportare i dipendenti moderni. E siamo noi a stabilire se le nostre iniziative per il benessere avranno successo o meno nella nostra azienda.

In questa terza edizione dello studio *ROI del Benessere di Wellhub*, sveliamo come i livelli di benessere di un CEO possano riflettere l'efficacia dell'intero programma di benessere dell'azienda. Il nostro sondaggio, condotto su oltre 1.500 CEO e dirigenti aziendali a livello internazionale, rivela infatti che quanto più un leader partecipa

attivamente al programma di benessere della propria azienda, tanto maggiore è il suo benessere personale **e la probabilità che approvi e incrementi il budget destinato al finanziamento del programma.** Una leadership orientata al benessere rappresenta un enorme vantaggio competitivo in un mondo in cui dipendenti in salute si traducono in maggiore produttività, minore turnover e rendimenti finanziari più elevati.

I CEO non si limitano a fare il minimo indispensabile. Ci tengono davvero. Il 60% dei CEO crede *fermamente* che **la propria azienda abbia la responsabilità di sostenere il benessere dei dipendenti. Più della metà (58%)** concorda ***fermamente* sul fatto che il benessere sia fondamentale per il successo finanziario della propria azienda.**

Questo perché la partecipazione dei dipendenti ai programmi di benessere genera un ROI misurabile, grazie alla riduzione dei costi sanitari e all'aumento della produttività. I CEO sanno bene che i dipendenti in salute rappresentano un vantaggio competitivo, non solo un dovere morale.

Ed è qui che i leader delle Risorse Umane assumono un ruolo fondamentale. Questi, infatti, non si limitano a gestire i programmi, ma fanno da ponte tra la strategia della leadership e l'esperienza dei dipendenti. Forniscono i dati, gli approfondimenti e le strategie che trasformano i risultati del benessere in realtà. E quando i CEO e le Risorse Umane collaborano, l'impatto è innegabile. I CEO che ricevono aggiornamenti strategici sull'impatto dei loro programmi di benessere dai team che li occupano dei benefit hanno molte più probabilità di approvare budget più consistenti: **l'anno scorso,**

il 58% di chi ha ricevuto aggiornamenti mensili sui programmi ha aumentato i finanziamenti per il benessere. Il motivo è legato al fatto che questi report che danno aggiornamenti mettono in luce i risultati che i CEO si aspettano dai programmi di benessere: minore assenteismo, maggiore produttività, morale più alto, minore turnover, migliori processi di selezione e riduzione della spesa sanitaria. Sono i leader delle Risorse Umane che hanno l'arduo compito di dimostrare ai dirigenti che il benessere è un investimento, e non una spesa. **Sono loro il motivo per cui l'82% dei CEO ottiene un ritorno sull'investimento positivo dal proprio programma di benessere.**

Wellhub crede che il benessere non debba essere solo un optional, ma il cuore pulsante di ogni azienda. Non l'ennesimo motto aziendale, né l'ennesima attività da portare a termine, ma una strategia aziendale imprescindibile che produce risultati concreti, ovvero migliore fidelizzazione, maggiore produttività e cultura aziendale in crescita.

Ciò che mi motiva a continuare è vedere i tassi di iscrizione di Wellhub superare costantemente la media del settore. Dietro questi numeri ci sono persone reali che intraprendono il loro cammino verso uno stato di salute migliore e una vita più felice. Quando i dipendenti abbracciano il benessere, tutti vincono: il singolo, la famiglia e, ovviamente, anche l'azienda.

In questo report, voglio affrontare le preoccupazioni che sento dai colleghi CEO sui programmi di benessere, perché ci sono passato anch'io, capisco i dubbi e questo

senso di esitazione. Ma ho anche visto in prima persona come il giusto approccio al benessere dei dipendenti possa trasformare i profitti di un'azienda.

Per questo motivo, in questo report mostreremo come superare le preoccupazioni più comuni dei CEO sui programmi di benessere, trasformando così l'azienda grazie a un approccio nuovo al wellbeing.

Il futuro appartiene alle organizzazioni che riconoscono i propri dipendenti come la risorsa più importante e investono di conseguenza. Questa trasformazione inizia dalla leadership. **Inizia da noi.**



Cesar Carvalho

Cesar Carvalho

CEO e co-fondatore di Wellhub



Carla Serafini

Dal 2006 opera in Leonardo nella direzione Risorse Umane; dove attualmente ha la responsabilità del Welfare e del Wellbeing. Precedentemente responsabile del Change Management e prima ancora di programmi di Formazione e Sviluppo worldwide per i talenti. Dal 2000 ha lavorato nel Gruppo Telecom Italia ricoprendo varie responsabilità nel campo della ricerca e dell'innovazione didattica, marketing & comunicazione, formazione & sviluppo.

1.2 Da un'altra prospettiva

IL BENESSERE AZIENDALE COME LEVA DI COMPETITIVITÀ

I benessere aziendale ha raggiunto una nuova fase di maturazione strategica, passando dall'essere un benefit accessorio a un vero e proprio vantaggio competitivo. In un contesto caratterizzato da cambiamenti rapidi, un sistema di lavoro sempre più fluido e nuove priorità personali, il benessere dei dipendenti emerge come fattore cruciale per attrarre, motivare e trattenere talenti. Nell'indagine globale di Wellhub, condotta su oltre 1.500 CEO in 10 mercati, si rileva che il 60% dei leader aziendali considera il benessere una responsabilità dell'intera organizzazione e non solo delle risorse umane, confermando il ruolo strategico del wellbeing per la sostenibilità e competitività aziendale.

Nonostante ciò, la diffusione di programmi strutturati rimane disomogenea: solo il 42% delle aziende italiane ha adottato un piano organico, con divari evidenti tra PMI e grandi imprese anche se l'88% dei dipendenti valuta il benessere importante quanto lo stipendio.

E allora cosa dobbiamo fare? Probabilmente è necessario un cambio di paradigma culturale: il benessere non è un costo, ma un investimento strategico che abilita la performance, valorizza le persone e rende l'organizzazione più resiliente e attrattiva.

In Leonardo ci stiamo provando! Abbiamo una strategia strutturata sul Welfare&Wellebeing che si basa su un modello di prossimità "phigital" e un sistema di politiche e servizi che stanno diventando leve efficaci per l'attrazione e la retention dei talenti, migliorando l'engagement e promuovendo un clima inclusivo e integrato.

La sfida dei prossimi anni sarà integrare il wellbeing nella cultura aziendale e nei modelli di leadership, attraverso responsabilizzazione condivisa e sostenibilità a lungo termine; oggi è necessario tenere conto che il Wellbeing non è più un'opzione, ma un abilitatore imprescindibile per la crescita e la performance organizzativa.

1.3.1 Statistiche principali

58%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

94%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per i programmi di benessere.

58%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

50%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

56%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

63%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

82%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere.

47%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

30%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere è una delle principali preoccupazioni, il che lo rende l'obiezione più comune all'adozione di tali programmi.

1.3.2 Risultati chiave

- #1** I CEO riconoscono il benessere come un asset aziendale, ma lo sottovalutano, rischiando di non investire in questo vantaggio strategico.
- #2** I CEO considerano i tassi di coinvolgimento come il modo più efficace per valutare il ROI dei programmi di benessere.
- #3** I CEO ritengono che il benessere aumenti la produttività e la fidelizzazione dei dipendenti, migliorando i ritorni finanziari.
- #4** I CEO hanno bisogno di chiare metriche del ROI per giustificare il budget destinato al benessere.
- #5** I CEO che ricevono frequentemente dei report sull'impatto del programma di benessere sono più propensi ad approvare budget più elevati.
- #6** I CEO sono più propensi a investire nel benessere quando questo viene inquadrato come un investimento strategico piuttosto che come un benefit di lusso.
- #7** Il coinvolgimento del CEO nel programma di wellbeing guida la cultura del benessere e i finanziamenti dell'azienda.



1.3.3 Interventi principali



Riferire regolarmente l'impatto del programma di benessere

Fornire alla leadership indicatori chiari sul ROI del programma di benessere almeno una volta al mese.



Investire nel benessere come strategia di prevenzione

Integrare i finanziamenti per il benessere nei budget destinati all'assistenza sanitaria per sostenere gli investimenti e massimizzare l'impatto sul lungo termine.



Prepararsi per le sfide future

Investire nel lavoro flessibile, nel supporto al benessere mentale e in soluzioni per il benessere olistiche e supportate dalla tecnologia.



Considerare il benessere come una risorsa aziendale

Da collegare a produttività, riduzione dei costi e fidelizzazione.



Colmare il divario di percezione tra CEO e dipendenti

Utilizzare il feedback dei dipendenti per dimostrare alla leadership che il loro benessere personale non è un indicatore del benessere dei propri dipendenti.



Il benessere aziendale secondo i CEO

2.1 Cosa pensano veramente i CEO del benessere dei dipendenti

RISULTATI CHIAVE

I CEO sono assolutamente concentrati sul benessere dei dipendenti: il 60% insiste fermamente che sia una responsabilità dell'azienda, mentre la metà (50%) è convinta che i dipendenti attribuiscono al loro benessere lo stesso valore che danno al loro stipendio. Ne percepiscono anche l'impatto sull'azienda: il 58% concorda sul fatto che il benessere sia fondamentale per il successo finanziario.

Purtroppo, però, questa energia positiva non si è ancora riversata sui dipendenti. Sebbene il 92% dei dirigenti ritenga che la leadership dia priorità al benessere, solo il 68% dei dipendenti concorda con questa affermazione (Fisher et al., November 2023). Solo la metà (50%) ritiene che i vertici aziendali si preoccupino effettivamente del loro benessere e quasi la metà (47%) afferma che lo stress sul lavoro stia compromettendo la loro salute mentale (Fisher et al., novembre 2023; Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Tuttavia, i CEO credono che i dipendenti riconoscano il loro impegno verso il wellbeing. Un sorprendente 77% dei dirigenti ritiene che il benessere mentale dei dipendenti sia migliorato nell'ultimo anno, ma solo il 33% dei dipendenti conferma questa affermazione. La discrepanza è altrettanto marcata nel benessere fisico (80% rispetto al 36%) e finanziario (76% rispetto al 30%). Anche quando i CEO pensano di dare il buon esempio, con il 72% che afferma di condividere il proprio percorso di benessere con il personale, solo il 16% dei dipendenti nota questo approccio (Fisher et al., giugno 2023).

Questo divario di percezione non è solo un problema di prospettiva. È un rischio per l'azienda, che può portare a scarso coinvolgimento, turnover del personale e calo della produttività. Per superare questo ostacolo, i leader delle Risorse Umane devono mettere in discussione i preconcetti obsoleti e promuovere un cambiamento reale e visibile affinché i programmi di benessere possano esprimere appieno il potenziale riconosciuto dai CEO.

NEL DETTAGLIO

I CEO non si limitano a parlare di benessere, lo mettono in pratica. Il 60% è *fortemente* convinto che la propria azienda abbia la responsabilità di sostenere il benessere dei dipendenti, mentre un impressionante 97% concorda almeno

in parte con questa affermazione. Il 50% è d'accordo sul fatto che i dipendenti si preoccupino del benessere tanto quanto del loro stipendio.

E quando si parla di assunzioni? La posta in gioco è altrettanto alta: il 74% dei CEO concorda, o concorda fortemente, sul fatto che i candidati non prenderanno nemmeno in considerazione la loro azienda se il benessere non rappresenta una priorità assoluta.

E non è tutto: il 66% concorda, o concorda fortemente, che i dipendenti sarebbero disposti a lasciare l'azienda se il benessere non fosse una priorità. Il nostro sondaggio mostra che i CEO hanno costantemente aspettative altissime su come l'organizzazione dovrebbe dare priorità al benessere dei dipendenti, che lavorino alla scrivania o meno.

E i dipendenti sono d'accordo. Un solido 85% afferma che l'azienda dovrebbe avere un ruolo nel loro benessere, l'88% sostiene che il benessere sia importante quanto la retribuzione e l'83% lascerebbe l'azienda se il proprio datore di lavoro non desse priorità al wellbeing (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Sembra un sogno: datori di lavoro e dipendenti che la pensano allo stesso modo. Tutti vogliono dare priorità alla salute e al benessere.

E allora qual è il vero problema? I dipendenti non credono che ai loro leader questo argomento importi davvero. Solo la metà dei lavoratori pensa che i vertici aziendali diano davvero priorità al loro benessere (Fisher et al., novembre 2023).

E lo scetticismo è in crescita: più della metà (52%) ritiene che gli sforzi della propria azienda per il benessere siano poco autentici, rispetto al 46% di appena due anni fa (Hemmerdinger, 2023).

Una realtà difficile da accettare per i dirigenti che si vedono come veri e propri promotori del benessere sul luogo di lavoro.

I lavoratori non si sentono solo ignorati, ma anche demotivati. Quasi la metà (47%) afferma che lo stress sul lavoro sta compromettendo la loro salute mentale, rendendolo la principale causa di tensione emotiva. Peggio ancora, solo un dipendente su tre ritiene che il proprio lavoro contribuisca positivamente al proprio benessere fisico, mentale e sociale (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

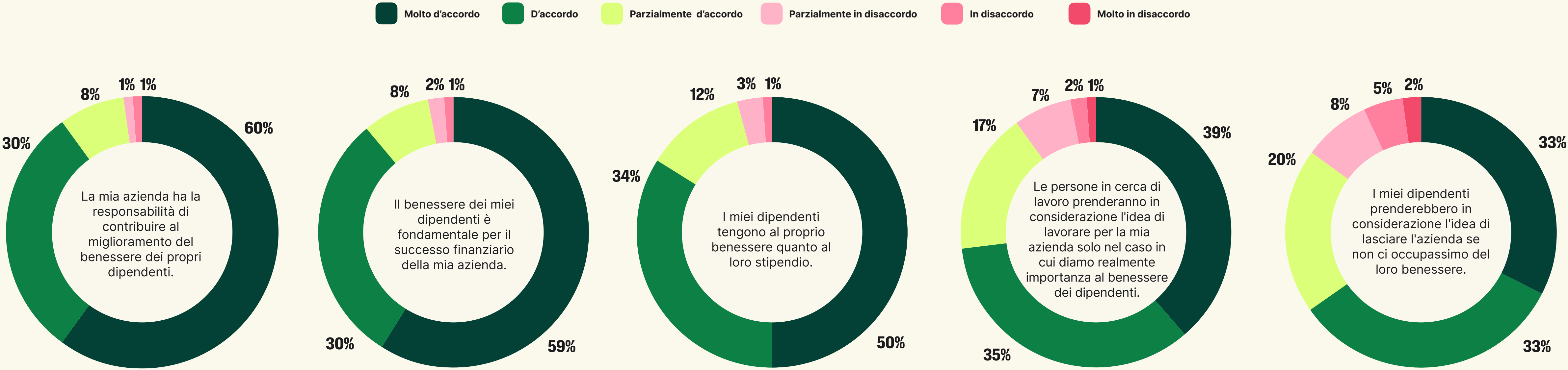
Ma il divario non si limita a quanto affrontato finora. I CEO ritengono che le loro strategie di benessere stiano facendo la differenza, ma a quanto pare non è quello che percepiscono i dipendenti. Sebbene il 77% dei dirigenti affermi che il benessere dei propri dipendenti sia migliorato nell'ultimo anno, solo il 33% dei dipendenti è d'accordo (Fisher et al., June 2023).

Il divario è altrettanto ampio per quanto riguarda il benessere fisico: l'80% dei dirigenti afferma che sia avvenuto un miglioramento ma, ancora una volta, solo il 36% dei dipendenti lo nota. E in relazione al benessere finanziario, la situazione appare ancora più grave. Il 76% dei dirigenti ritiene che i dipendenti si trovino in una posizione finanziaria migliore, ma solo il 30% dei lavoratori conferma questa convinzione (Fisher et al., giugno 2023).

La maggior parte dei CEO pensa di dare il buon esempio, con il 72% che afferma di condividere "sempre" o "spesso" le proprie esperienze personali in materia di benessere. Ma i dipendenti non se ne accorgono: solo il 16% afferma che i propri leader condividono il loro percorso di benessere (Fisher et al., novembre 2023).

L'apparenza non basta più. Bisogna agire in modo concreto. Quando i CEO sono coerenti con le loro parole, i dipendenti lo percepiscono. Sette dipendenti su 10 affermano che un maggiore impegno da parte dei loro leader nel sostenere il benessere migliorerebbe il coinvolgimento, la soddisfazione lavorativa, la produttività e la fidelizzazione.

I CEO RITENGONO IL BENESSERE DEL PERSONALE UN INDICATORE FONDAMENTALE PER L'ATTIVITÀ AZIENDALE



Infatti, i dipendenti più coinvolti che si fidano dei loro leader hanno più del doppio delle probabilità di affermare che la loro azienda sta facendo progressi concreti in termini di benessere rispetto a chi non nutre fiducia nella dirigenza (Fisher et al., 2024).

Ma se i lavoratori percepiscono il benessere come una semplice trovata aziendale, quasi un comportamento di facciata, la situazione può precipitare rapidamente. I dipendenti riconoscono subito il "carewashing", ovvero quando le aziende si vantano, all'esterno o sui social, di iniziative per il benessere senza fare nulla per affrontare il burnout che dilaga all'interno (Hedrick et al., 2024). E una volta che smettono di crederci, la fiducia svanisce, il coinvolgimento crolla e i risultati ne risentono.

Fortunatamente per i leader delle Risorse Umane, è proprio qui che entra in gioco un programma completo per il benessere che può ribaltare la situazione. Questi programmi rendono visibile e tangibile l'impegno dell'azienda verso il benessere delle persone, le stesse persone che contribuiscono al successo dell'azienda.



2.2 Cosa pensano veramente i CEO dei programmi di benessere

RISULTATI CHIAVE

I CEO credono fortemente nei programmi di benessere, e non a caso. Ne vedono i benefici diretti per i loro dipendenti: migliore salute, minori costi sanitari e meno giorni di assenza. Ma non è tutto, perché una solida strategia di wellbeing rafforza l'azienda migliorando la brand reputation e la resilienza dei dipendenti.

Tuttavia, persiste un divario. I leader delle Risorse Umane, che ne osservano l'impatto direttamente, riportano benefici dai programmi di benessere superiori a quelli percepiti dai CEO. E mentre un numero sempre maggiore di dirigenti inizia a considerare il benessere un vantaggio competitivo, molti ne sottovalutano ancora la portata.

NEL DETTAGLIO

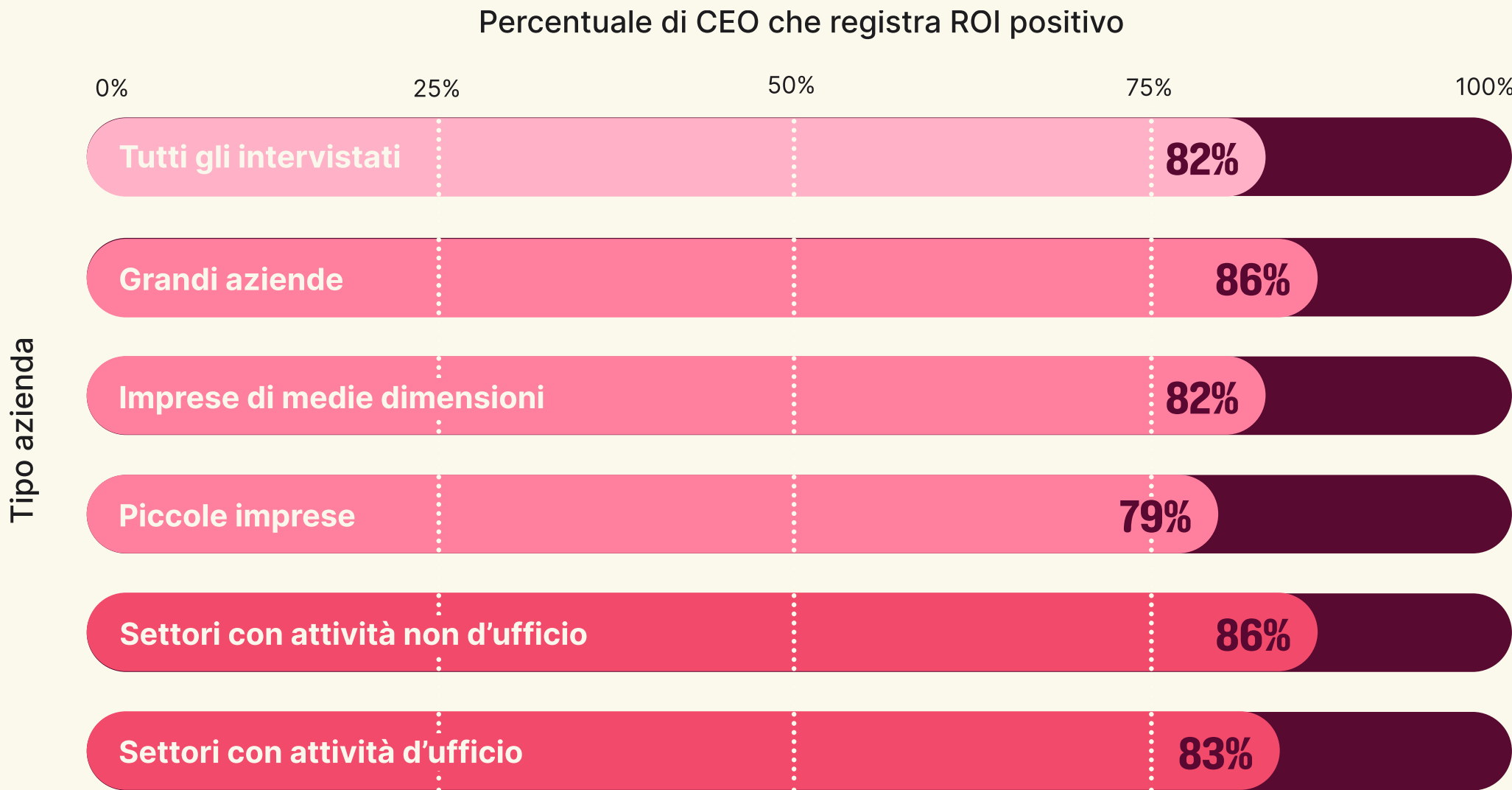
Una crescita netta

I CEO non stanno semplicemente riscontrando benefici dai programmi di benessere, ma veri e propri ritorni sull'investimento. Un solido 82% afferma che le iniziative di benessere della propria azienda, indipendentemente dalle dimensioni, generano un

ritorno sull'investimento positivo. I risultati sono coerenti: l'86% delle grandi aziende (con oltre 5.001 dipendenti a tempo pieno), l'82% delle imprese di medie dimensioni (da 501 a 5.000 dipendenti a tempo pieno) e il 79% delle piccole imprese (da 100 a 500 dipendenti a tempo pieno) riportano evidenti benefici finanziari. Per quanto riguarda il luogo di lavoro, sia i CEO di aziende in cui si svolgono lavori non d'ufficio sia quelli di aziende in cui si svolgono lavori d'ufficio segnalano un ROI positivo, con percentuali simili (86% rispetto all'83%).

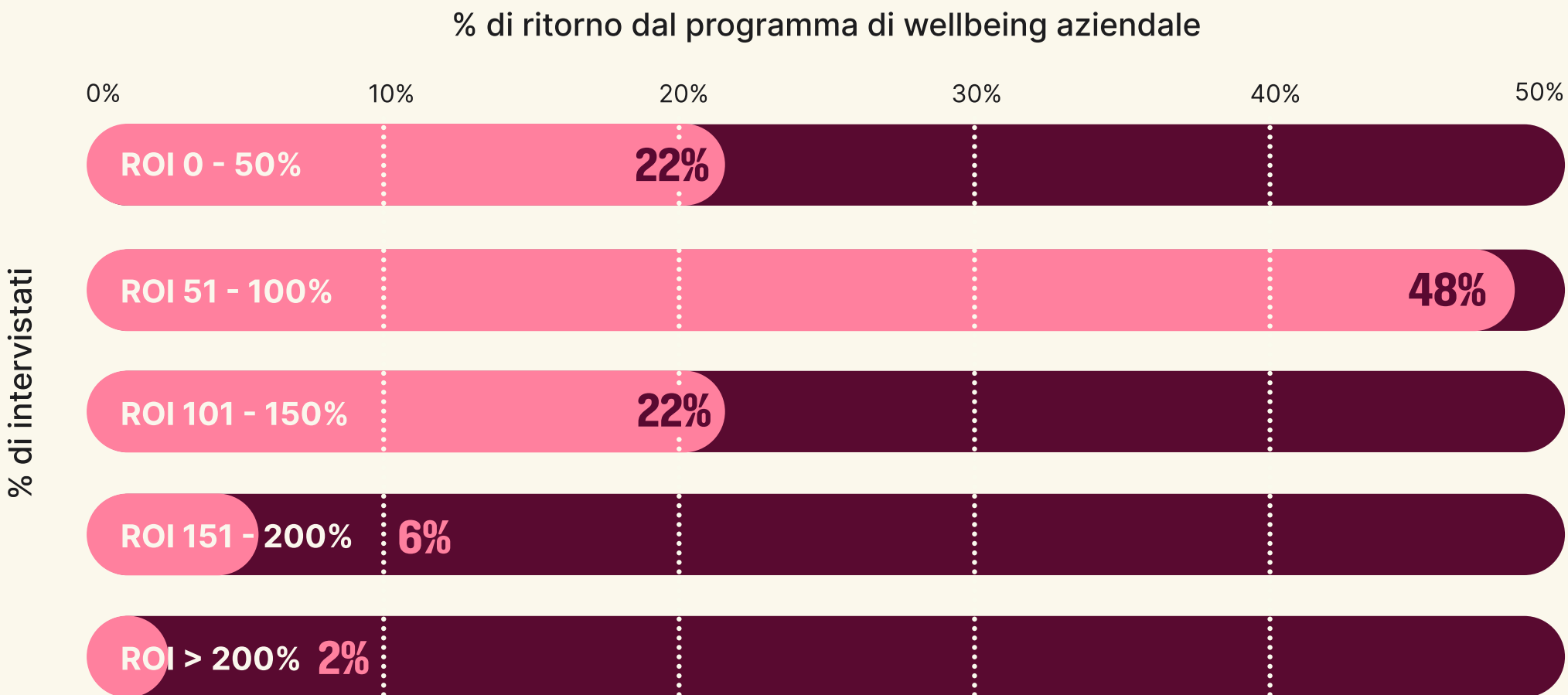


I CEO DI AZIENDE DI OGNI SETTORE E DIMENSIONE RIFERISCONO RITORNI POSITIVI DAL PROPRIO PROGRAMMA DI BENESSERE



Questi rendimenti non sono marginali: il 78% ha ottenuto rendimenti superiori al 50%, mentre un buon 30% ha ottenuto rendimenti superiori al 100%, ovvero ha ricevuto 2 € per ogni euro investito in un programma di benessere.

I CEO RIFERISCONO RITORNI SIGNIFICATIVI DAGLI INVESTIMENTI NEL BENESSERE



E questi valori potrebbero di fatto non rendere giustizia all'impatto effettivo. I leader delle Risorse Umane, che monitorano attentamente i dati, affermano che il 95% dei programmi di benessere porta risultati positivi (rispetto all'82% dei CEO che afferma lo stesso) (Wellhub, ROI del benessere, 2024).

Infatti, le ricerche condotte da altre organizzazioni confermano che un maggiore benessere dei dipendenti è positivo non solo per chi lavora, ma anche per l'azienda stessa. I migliori programmi di benessere fanno molto di più che ridurre i costi sanitari: sollevano il morale dei team, aumentano la fidelizzazione e stimolano

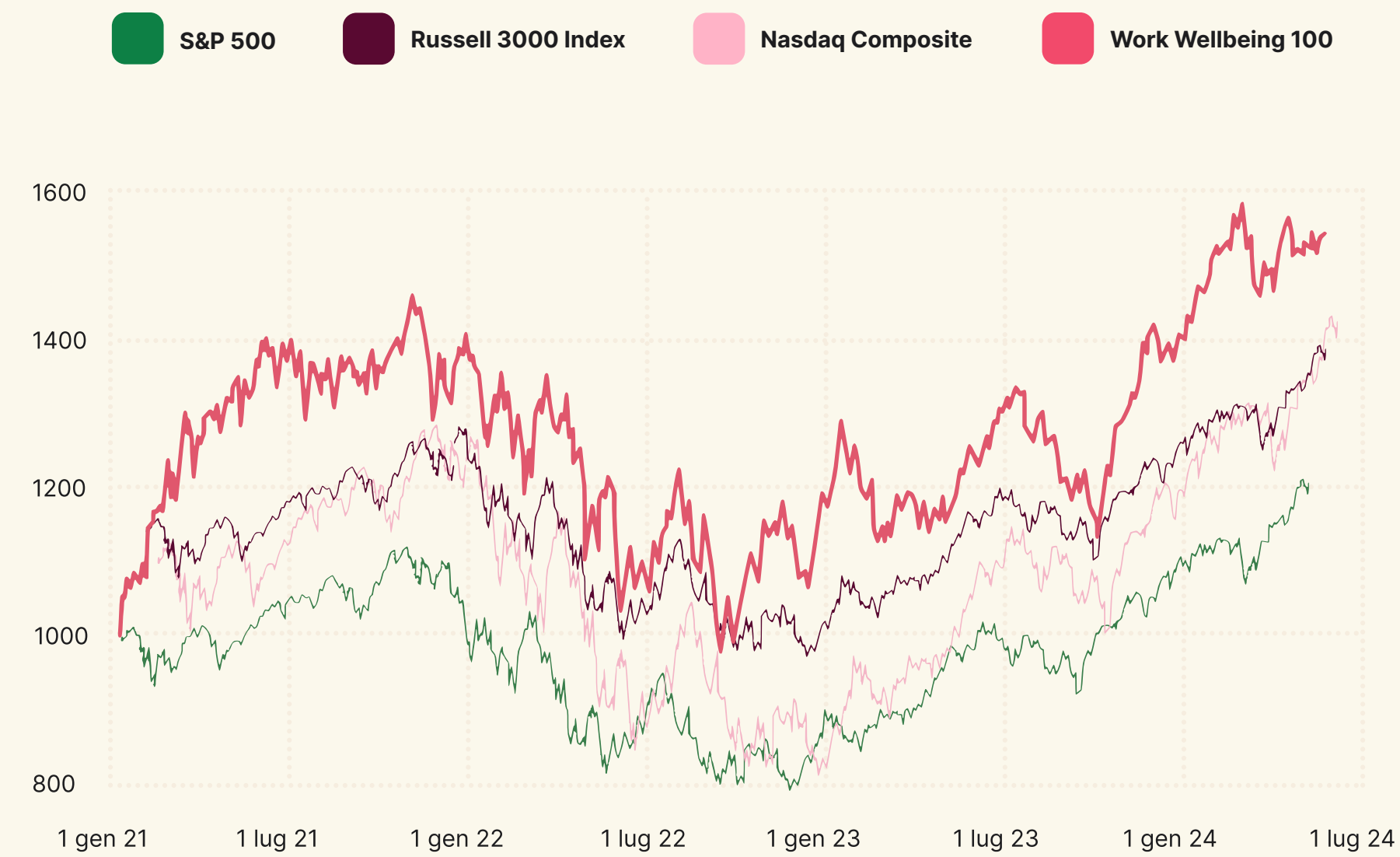
il coinvolgimento a tutti i livelli dell'azienda. Ciò che li distingue è un approccio personalizzato, un forte supporto da parte del team della dirigenza e una cultura aziendale che fa sentire i dipendenti apprezzati. Il successo dei dipendenti si riflette sull'azienda: le performance migliorano, la permanenza si allunga e il contributo al successo dell'organizzazione aumenta sempre di più. (Kaul et al., 2024).

L'effetto domino non si ferma qui. Uno studio decennale di Glassdoor ha evidenziato che ogni incremento di una stella nella valutazione di un'azienda si traduce in un aumento di oltre 2 punti nella soddisfazione del cliente, su una scala di 100 punti (Glassdoor, 2019). Questo avviene perché i dipendenti soddisfatti creano esperienze migliori, favorendo una maggiore fidelizzazione dei clienti e una brand reputation più solida.

Ecco perché migliori livelli di wellbeing non portano soltanto a un miglioramento della salute delle persone, ma anche a risultati finanziari reali per l'azienda. Le aziende che pongono al primo posto il benessere delle persone ottengono migliori performance azionarie e maggiori profitti. Infatti, le aziende della classifica Wellbeing 100 di Indeed (quotate in borsa con i punteggi più alti in termini di benessere dei dipendenti) hanno sovraperformato l'S&P 500 e il Nasdaq Composite ogni anno dal 2021 (Indeed, 2024).

L'impatto finanziario è innegabile: uno studio globale su 49 settori ha rilevato che un maggiore benessere dei dipendenti (misurato in base alla soddisfazione lavorativa e al basso tasso di burnout) è associato a una maggiore produttività, a una maggiore redditività e a una maggiore soddisfazione dei clienti, nonché a un minore turnover a livello di singolo dipartimento aziendale (Krekel et al., 2019).

PERFORMANCE WORK WELLBEING 100 AND STOCK



Fonte: Indeed, 2024

D'altro canto, ignorare il benessere dei dipendenti è la ricetta perfetta per generare problemi a lungo termine. Oggi parlare di burnout significa rendersi conto di una futura perdita di talenti, con dipendenti in difficoltà che lasciano le aziende vulnerabili ai cambiamenti delle condizioni di mercato. Questo comporta un costo stimato a livello globale di 322 miliardi di dollari di perdita di produttività ogni anno, oltre a incidere sui costi relativi alla gestione dei talenti.

Il solo turnover volontario può costare fino al 20% della busta paga totale di un dipendente. Dare priorità al benessere non significa solo mantenere la soddisfazione dei dipendenti, ma anche la solidità delle aziende (Gallup, n.d.).

Il verdetto è inequivocabile: i CEO che continuano a vedere il benessere come un semplice benefit rassicurante stanno perdendo di vista il quadro generale. Le aziende di punta si stanno assicurando un successo a lungo termine investendo con decisione nel benessere delle proprie persone.

Produttività alle stelle

I CEO sanno che dipendenti in salute sono più produttivi. Ecco perché il 56% afferma che il motivo principale per cui investono nel loro benessere è migliorare le prestazioni, più dell'engagement (52%) e dell'equilibrio tra lavoro e vita privata (48%). E stanno ottenendo i risultati desiderati: il 47% afferma che il proprio programma di benessere ha un impatto significativo sulla produttività dei dipendenti. (Mentre un buon 97% afferma che i propri programmi di benessere migliorano la produttività, almeno leggermente.)

I leader delle Risorse Umane lo confermano, con un sorprendente 91% che ritiene che queste iniziative aumentano significativamente la produttività (Wellhub, ROI del benessere, 2024). Anche i dipendenti ne sono consapevoli: il 60% sostiene che il benessere emotivo abbia un impatto molto o estremamente significativo sulla produttività, mentre il 95% riconosce comunque un'influenza positiva; nel frattempo, il 54% dei dipendenti afferma lo stesso della salute fisica (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Quando i dipendenti stanno bene, lavorano al meglio, contribuiscono con più energia, maggiore concentrazione e risultati migliori. Le aziende che investono in programmi di benessere segnalano un aumento del 20% della produttività dei dipendenti (Wellable, 120 Employee Wellness Statistics for 2025; n.d.).

Le aziende che sfruttano questo potenziale stanno ottenendo risultati concreti. Ad esempio, Aetna attribuisce ai corsi di yoga e meditazione un aumento di 62 minuti di produttività a settimana, per un valore di 3.000 dollari per dipendente all'anno (Gelles, 2015). E non serve essere una grande azienda per vedere questi risultati: uno studio triennale condotto presso un'azienda di lavanderia industriale nel Midwest degli Stati Uniti ha attribuito al programma di benessere aziendale un aumento della produttività del 5%, pari a un giorno di lavoro produttivo in più per dipendente al mese (Nightingale, 2017).

Eppure, nonostante questo evidente legame tra benessere e produttività, molti leader delle Risorse Umane faticano a dimostrare i vantaggi economici ottenuti dall'azienda. Più di un terzo ammette di non avere fiducia nella propria capacità di comunicare chiaramente il ROI ai vertici aziendali (Lattice, 2023). Fortunatamente, l'equazione è semplice: dipendenti più sani lavorano di più, commettono meno errori e ottengono risultati migliori. Ogni ora investita nel benessere si traduce in diverse ore di prestazioni ai massimi livelli. I CEO che lo riconoscono non solo migliorano il benessere dei dipendenti, ma rafforzano anche la propria azienda dall'interno.

Minore assenteismo

L'assenteismo non è solo un inconveniente: è un impatto negativo che erode produttività, morale e budget. Ogni assenza imprevista costringe i team a riorganizzare i carichi di lavoro, rallenta i progetti e può persino portare a casi di burnout per chi deve farsi carico del lavoro di chi è assente.

Ed è qui che entrano in gioco i programmi di benessere, producendo risultati concreti e mantenendo i dipendenti più sani, più motivati e più presenti al lavoro. Infatti, il 67% dei CEO segnala un calo significativo dell'assenteismo grazie alle loro iniziative. I leader delle Risorse Umane, che ne constatano l'impatto in prima persona, sono ancora più fiduciosi: l'89% afferma che i propri programmi riducono



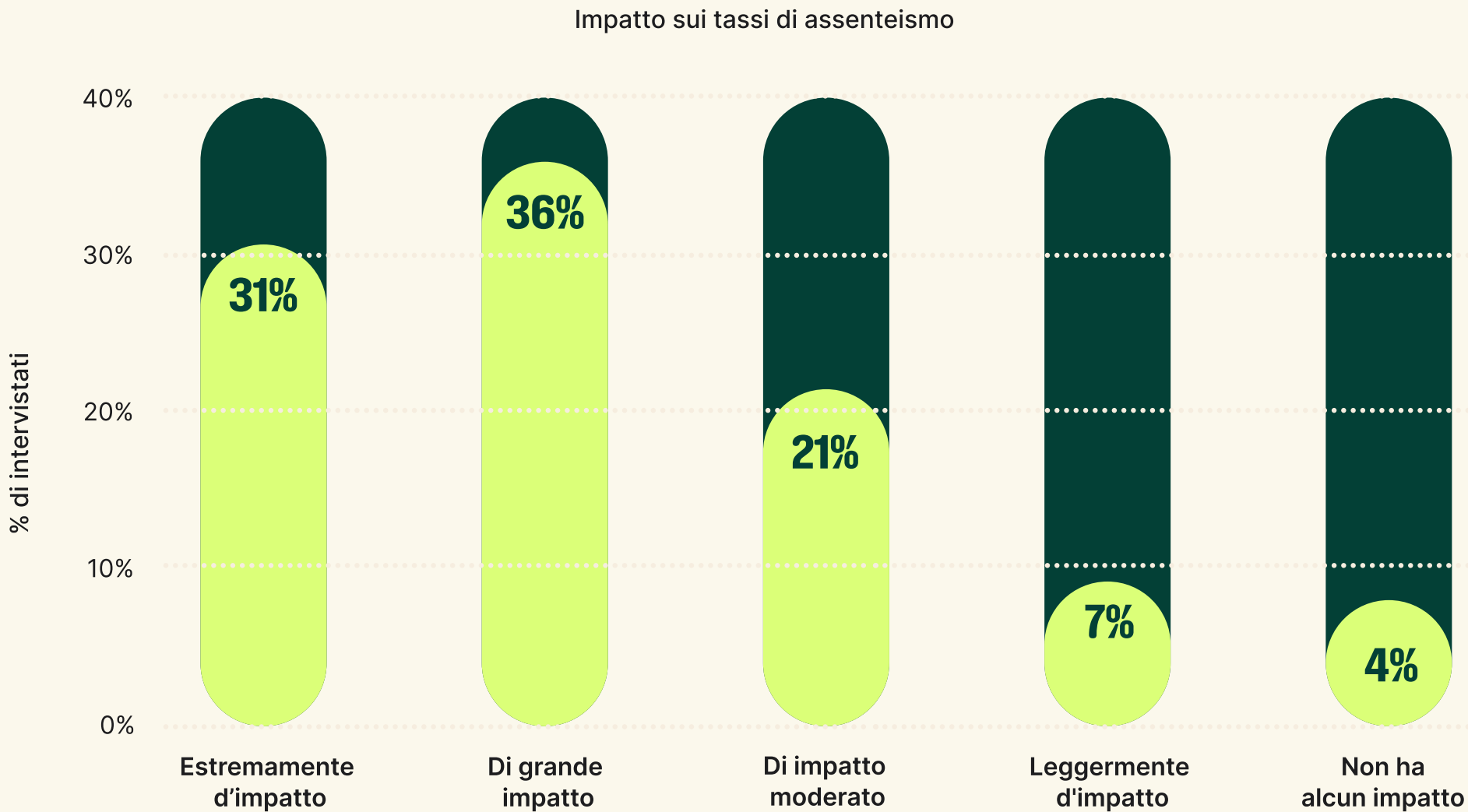
direttamente i giorni di malattia. Per alcune aziende, la differenza è radicale, con il 13% dei leader HR che dichiara di aver ridotto il numero medio di giorni di malattia per dipendente di almeno cinque giorni all'anno. Il che significa recuperare un'intera settimana lavorativa per dipendente, ogni anno (Wellhub, ROI del benessere, 2024).

Non si tratta solo di una bella storia da presentare, ma è supportata da dati concreti. Un'analisi del 2022 ha rilevato che le aziende con programmi di benessere hanno ridotto l'assenteismo in media dal 14 al 19% (McCain, 2022). Ad esempio, la multinazionale chimica americana DuPont ha lanciato un programma di benessere che ha ridotto i giorni di malattia del 14% in due anni in 41 stabilimenti. Nei siti di controllo, invece, si è registrato un calo solo del 5,8%. Ciò ha comportato una riduzione significativa di 11.726 giorni di malattia presso gli stabilimenti in cui era attivo il programma. A rendere il tutto ancora più significativo, i risparmi sui costi si sono manifestati rapidamente, coprendo le spese del programma nel primo anno e generando un ritorno di 2,05 \$ per ogni dollaro investito entro il secondo anno (Bertera, 1990, pp. 1101-1105). In totale, si stima che i programmi di benessere consentano di risparmiare 2,73 \$ in costi di assenteismo per ogni dollaro speso per il benessere (Baicker et al., 2010).

Attrazione e fidelizzazione dei migliori talenti

Attrarre e trattenere i migliori talenti è più difficile che mai. Per i dipendenti di oggi, lo stipendio non è più l'unico fattore decisivo: vogliono lavorare per aziende che si preoccupano sinceramente del loro benessere. E se non vedono questo impegno verso il benessere non esiteranno ad andarsene.

**I CEO REGISTRANO MINORE ASSENTEISMO
GRAZIE AI PROGRAMMI DI BENESSERE**

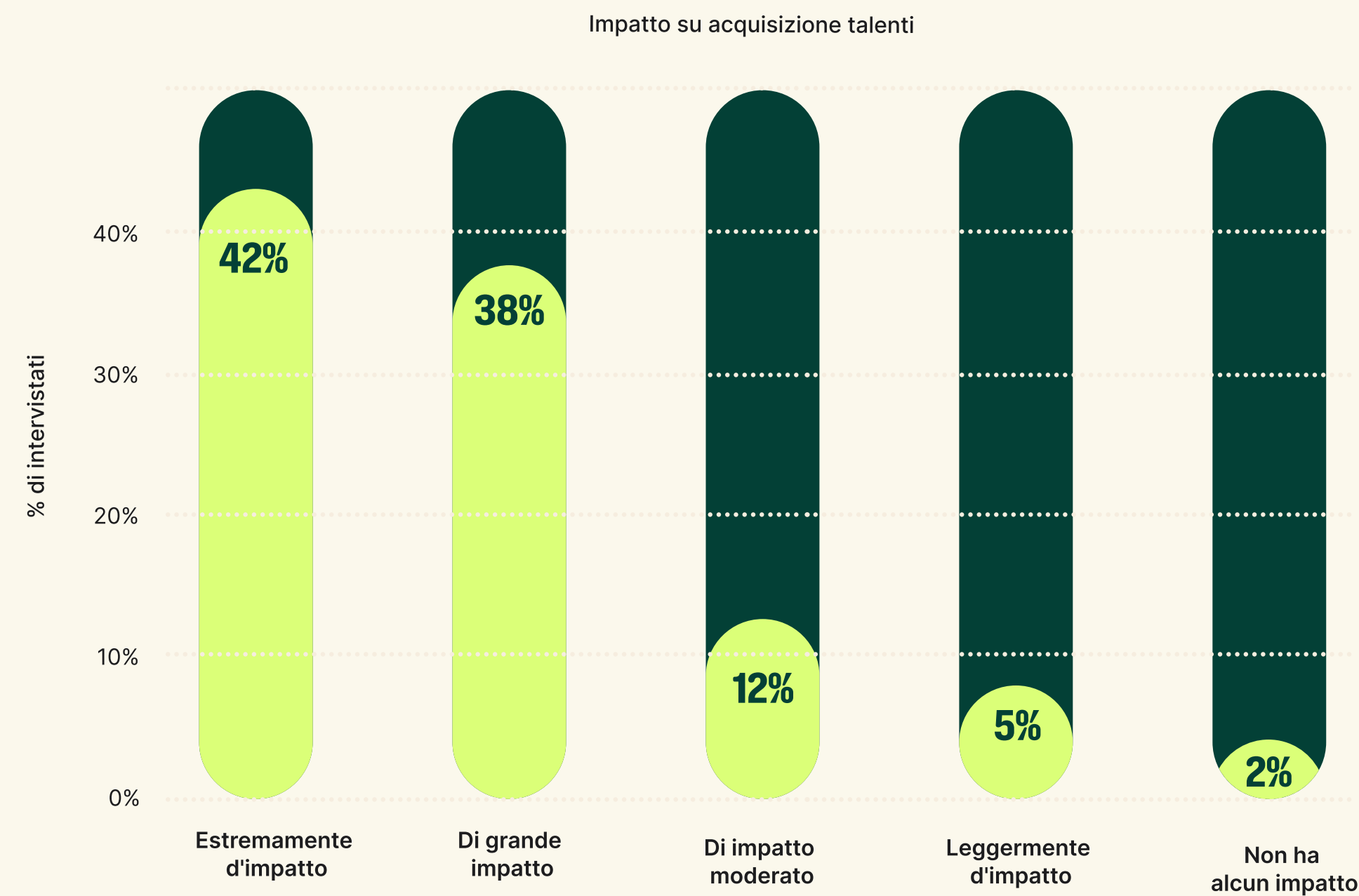


Un sorprendente 89% dei dipendenti afferma che, nella prossima ricerca di lavoro, prenderà in considerazione solo aziende che danno priorità al benessere dei dipendenti (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024). Non è solo un benefit, ma una conditio sine qua non che non svanisce dopo la firma del contratto di assunzione. Il benessere continua a essere un elemento imprescindibile, con il 62% che afferma di essere più propenso a restare se l'azienda offre programmi di benessere solidi.

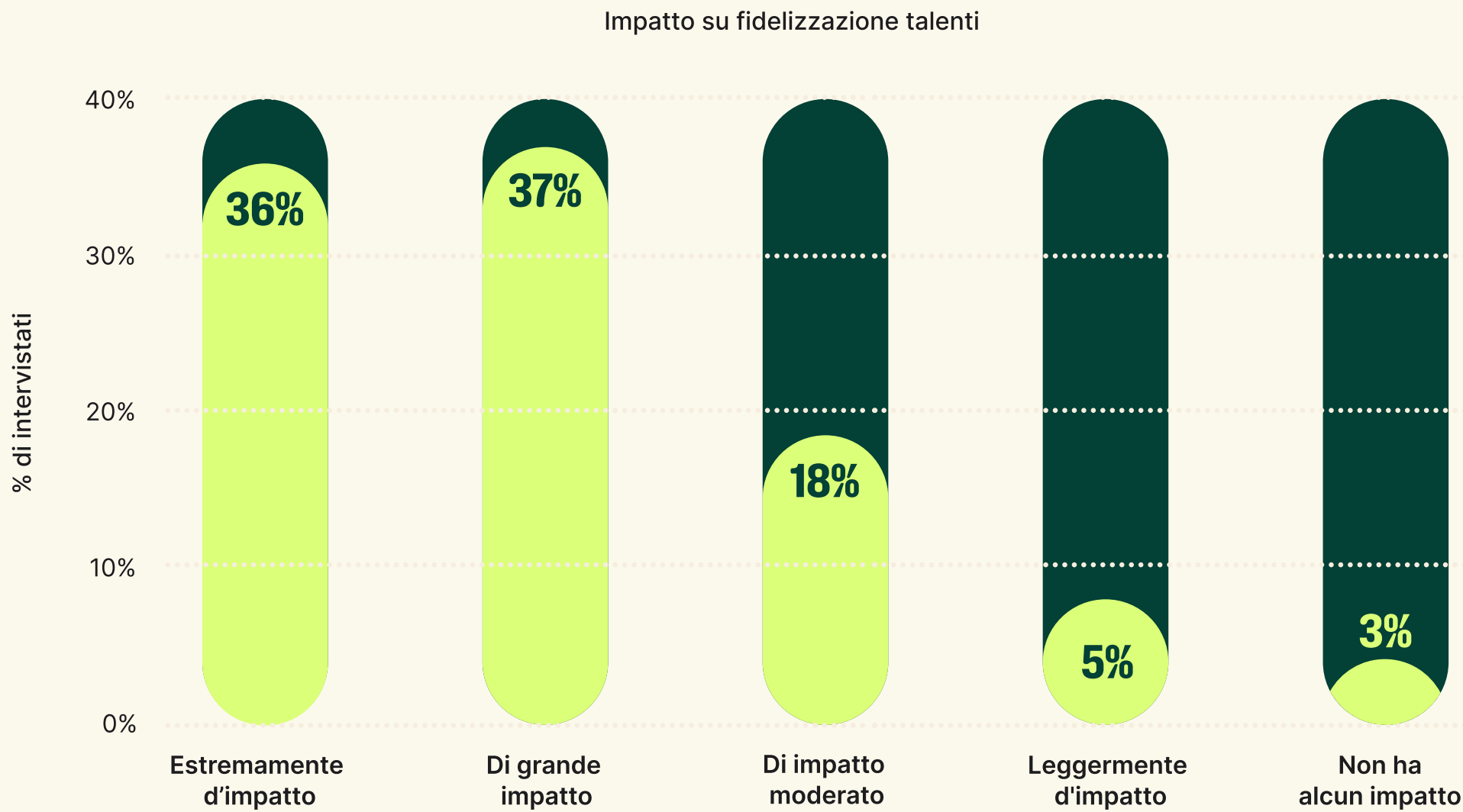
Quasi la metà (48%) ha lasciato un lavoro in passato a causa dell'impatto negativo sul proprio benessere (Fisher & Silvergate, 2022). I CEO stanno prendendo nota: l'80% afferma che il proprio programma di benessere è uno strumento altamente efficace per attrarre talenti, mentre il 42% lo definisce "estremamente impattante". E questo non riguarda solo le assunzioni, dal momento che il 73% dei CEO afferma che questi programmi aiutano a fidelizzare i dipendenti più a lungo.

Due terzi (66%) dei CEO concordano o sono fortemente d'accordo sul fatto che i propri dipendenti prenderebbero in considerazione l'idea di andarsene se l'azienda non desse priorità al benessere. Questa convinzione è più forte nelle piccole aziende, in cui il 67% afferma di essere d'accordo o fortemente d'accordo sul fatto che i dipendenti se ne andrebbero se non ci fosse una certa attenzione al loro benessere, rispetto al 63% nelle aziende di medie dimensioni e al 59% nelle grandi aziende.

I CEO Affermano che i Programmi di Benessere Migliorano l'Acquisizione Talenti



**I CEO RIPORTANO MAGGIORI TASSI DI FIDELIZZAZIONE
GRAZIE AI PROGRAMMI DI BENESSERE**

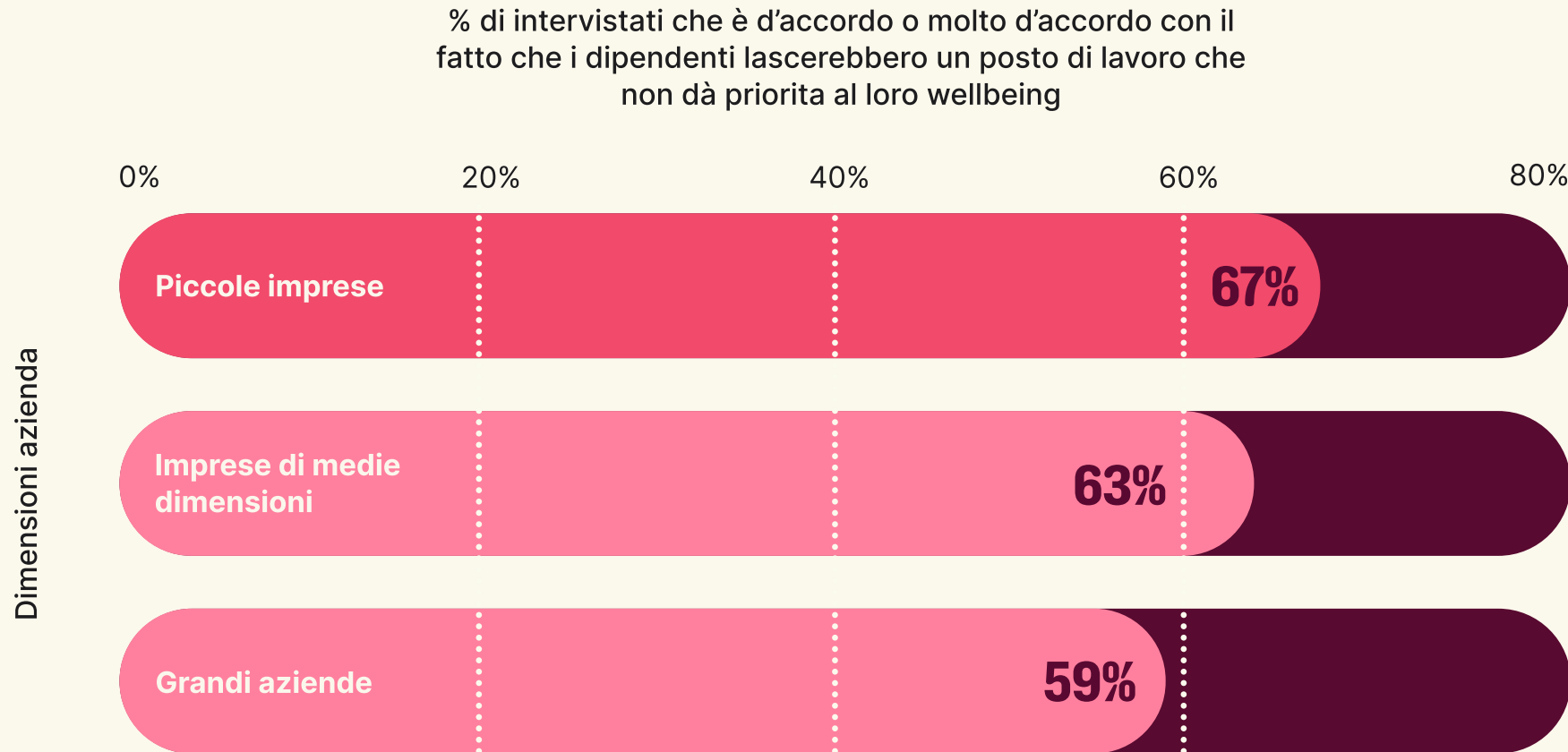


Tuttavia, i leader delle Risorse Umane riscontrano un impatto ancora maggiore di quanto i dirigenti si rendano conto. Ben l'83% afferma che i propri programmi di benessere sono "molto" o "estremamente" importanti per attrarre i migliori talenti.

In settori come l'hospitality, la vendita al dettaglio, la sanità e il manifatturiero, dove il turnover è notoriamente elevato, l'impatto è particolarmente innegabile. Prendiamo ad esempio una catena alberghiera che ha reso il benessere dei

dipendenti una priorità assoluta. Concentrandosi sul coinvolgimento, sulla misurazione della soddisfazione e sull'offrire risorse per il benessere, ha ridotto il tasso di turnover annuo ad appena il 18%, rispetto a una media del settore del 74%. Il loro segreto è stato costruire una cultura del benessere che ha invogliato i dipendenti a rimanere (Deloitte, 2024).

**MINORI LE DIMENSIONI DELL'AZIENDA, MAGGIORE IL RUOLO
DEL WELLBEING NELLA FIDELIZZAZIONE**



E questa non è una storia di successo isolata. Le organizzazioni di diversi settori che hanno collaborato con Wellhub, ad esempio, registrano un turnover ridotto del 40% rispetto a quelle che non hanno implementato iniziative di benessere strutturate.

La morale della storia è che investire nel benessere può fare la differenza per la fidelizzazione dei talenti. In un mercato del lavoro più competitivo che mai, le aziende che mettono il benessere al primo posto non solo attraggono e trattengono dipendenti, ma si assicurano anche i migliori talenti in circolazione.

Rafforzamento del brand e della reputazione sul mercato

I programmi di benessere per i dipendenti non si limitano a supportare i dipendenti, ma plasmano l'identità del brand e la reputazione. Infatti, il 76% dei CEO afferma che le proprie iniziative di benessere influiscono in modo significativo sulla percezione del brand, rendendo il benessere un vantaggio strategico in settori competitivi.

Un'azienda conosciuta per i suoi solidi benefit per il benessere non si limita a supportare i dipendenti, ma li trasforma anche in veri e propri sostenitori. L'89% dei dipendenti di aziende il cui senior manager sostiene attivamente la partecipazione ad iniziative di benessere è propenso a raccomandare l'azienda come un buon luogo di lavoro. Questa percentuale scende al 19% quando i manager non mostrano entusiasmo per il coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere (American Psychological Association, 2016).

Questo tipo di sostegno spontaneo è prezioso per attrarre talenti di alto livello. Basta prendere ad esempio aziende come Salesforce e Google.

Offrendo benefit come supporto per il fitness e giornate dedicate alla salute mentale, non solo migliorano il benessere dei dipendenti, ma rendono anche i loro luoghi di lavoro irresistibili per chi cerca nuove opportunità.

I programmi di benessere non si limitano ad attrarre talenti, ma migliorano anche la reputazione dell'azienda. Ora, le classifiche dei migliori posti di lavoro danno priorità al benessere dei dipendenti. Oltre alla classifica Work Wellbeing 100 del 2024 di Indeed, la lista stilata da Newsweek sui migliori posti di lavoro d'America per il benessere mentale riconosce 750 datori di lavoro leader nel supporto alla salute mentale (Indeed, 2024; Newsweek, n.d.). Essere inclusi in queste classifiche è un chiaro segnale di una cultura aziendale che mette al primo posto le persone e che si prefigge l'obiettivo di prendersene cura. E non sono solo i candidati a notarlo, ma anche i clienti.

Una solida strategia di benessere rafforza la reputazione di un'azienda come socialmente responsabile, il che crea fiducia nei consumatori. E la fiducia è importante: l'81% dei clienti si aspetta che i brand si comportino correttamente, mentre il 67% prevede di allontanarsi se tale fiducia viene tradita (Edelman, 2019).

Un programma di benessere solido è un potente motore per creare e coltivare brand awareness. Attrae i migliori talenti, rafforza la reputazione della tua azienda e crea un ambiente in cui i dipendenti desiderano davvero lavorare. Nella corsa per i talenti più qualificati, questo è un vantaggio competitivo che non possiamo permetterci di ignorare.

Risparmio sui costi relativi alla salute

I CEO che adottano un approccio strategico al benessere non si limitano a migliorare la salute dei dipendenti, ma stanno anche generando notevoli risparmi in termini di costi relativi alla salute, come afferma il 68% dei partecipanti al sondaggio.

La ricerca conferma le loro percezioni. Per ogni dollaro speso per il benessere aziendale, le aziende risparmiano in media 3,27 \$ in costi sanitari, con un impressionante ritorno sull'investimento del 227% (Baicker et al., 2010). Questo perché i programmi di benessere migliorano la salute, riducendo la necessità di costose cure mediche.

Un ottimo esempio arriva da uno studio condotto su 185 dipendenti e coniugi ad alto rischio che, grazie a un programma di sei mesi di esercizio fisico e riabilitazione cardiaca, ha registrato una riduzione del numero di soggetti ad alto rischio del 57%. Il risultato? Le richieste di rimborso per le spese mediche annuali sono diminuite di 1421 \$ per partecipante, con un ritorno sull'investimento di 6:1, mentre il gruppo di controllo che non ha aderito al programma non ha riscontrato alcun miglioramento (Berry et al., 2010).



L'impatto non è dimostrato solo da studi isolati. Un'analisi quinquennale su 600.000 dipendenti ha rilevato che chi ha partecipato a programmi di benessere ha risparmiato in media 157 dollari all'anno in costi sanitari rispetto a chi non vi ha partecipato.

I maggiori risparmi si sono evidenziati nella gestione delle malattie croniche, che ha prodotto un impressionante ROI del 380% (Mattke et al., 2014). Questo evidenzia che i programmi di benessere completi offrono risultati migliori rispetto a iniziative sporadiche: quasi il 74% delle aziende con un ROI positivo grazie al proprio programma adotta un approccio completo, offrendo screening sanitari, gestione dello stress, valutazioni del rischio e programmi di fitness e alimentazione (Miller, 2012).

La maggior parte delle aziende riconosce questa dinamica e agisce di conseguenza, infatti il 65% dei partecipanti al sondaggio afferma che le proprie aziende includono i fondi destinati al benessere nei budget complessivi per l'assistenza sanitaria. Ciò rafforza un cambiamento fondamentale dell'approccio, che porta a considerare il benessere non come un semplice benefit, ma una vera e propria strategia di risparmio sui costi.

Le aziende che adottano questo approccio hanno maggiori probabilità di sostenere e aumentare i propri investimenti rispetto alle organizzazioni che stanziavano i programmi di benessere come una voce di bilancio separata. Per

maggiori informazioni su questa dinamica, rimandiamo alla Sezione 3.3 Cosa spinge i CEO ad aumentare gli investimenti nel benessere.

Dipendenti più resilienti

La resilienza è la spina dorsale di un ambiente di lavoro di successo. Non sorprende quindi che i programmi di benessere rivestano un ruolo fondamentale nel rendere tutto ciò possibile. Infatti, il 73% dei CEO afferma che le proprie iniziative di benessere hanno un impatto molto o estremamente significativo nel promuovere la resilienza. Ma i leader delle Risorse Umane si spingono oltre: l'86% ritiene che questi programmi siano cruciali per aiutare i dipendenti ad affrontare le sfide sul luogo di lavoro.

Le aziende stanno passando all'azione. Nel 2024, il 66% delle aziende prevedeva di aumentare gli investimenti in strumenti di gestione dello stress e sviluppo della resilienza, un chiaro segnale di quanto considerino questa qualità una priorità a lungo termine, non solo una parola d'ordine (Wellable, 2024 Employee Wellness Industry Trends Report, n.d.). La scienza lo conferma: dopo sole 12 settimane di sessioni guidate ed esercizi di respirazione, i lavoratori coinvolti in uno studio sulla respirazione hanno riportato miglioramenti significativi nella resilienza e nel benessere generale (Montes & Penzenstadler, 2023).

Tutto torna. Quando i dipendenti sono ben riposati, seguono una corretta alimentazione e dispongono degli strumenti giusti per gestire lo stress, si riprendono più velocemente dalle battute d'arresto. Una solida cultura del benessere rafforza la resilienza individuale

su larga scala, rafforzando a sua volta l'intera organizzazione e, di conseguenza, permettendo di mantenere sostenibilità a lungo termine grazie a un luogo di lavoro in cui i dipendenti non solo sopravvivono, ma prosperano (Jeffery et al., 2025).



2.2.1 Da semplice costo a investimento strategico

L'approccio di un CEO può essere la forza trainante di un programma di benessere di successo. La buona notizia è che la maggior parte (78%) considera già il benessere un investimento strategico, riconoscendone il potere di aumentare il coinvolgimento, la fidelizzazione e il successo aziendale a lungo termine. **Questi leader orientati agli investimenti** finanziano attivamente il benessere, partecipando alla selezione dei programmi e integrandoli nella strategia economica della loro azienda. Il loro impegno alimenta luoghi di lavoro più stabili, dove i dipendenti possono dare il massimo, creando un'ottima situazione per la maggior parte dei leader delle Risorse Umane.

Tuttavia, uno su cinque (22%) lavora ancora con vertici aziendali che considerano il benessere solo un costo. Fortunatamente, i leader HR possono adottare misure per cambiare la loro prospettiva, a partire dal coinvolgimento di questi **leader che si focalizzano maggiormente sulle spese** nella selezione dei programmi. Attualmente, i CEO orientati agli investimenti registrano una partecipazione maggiore: il 51% è profondamente impegnato nella selezione dei programmi di benessere, rispetto ad appena il 35% dei leader la cui attenzione è rivolta principalmente alle spese in cui incorre l'azienda.

Anche presentare i programmi di benessere come una forma di prevenzione sanitaria può essere efficace: il 69% dei leader che considerano questi programmi come un investimento li include nel proprio budget complessivo per l'assistenza sanitaria, rispetto a poco più della metà (53%) dei CEO che pensano siano solo una spesa. Questi, infatti, sono più propensi a considerare tali programmi come una voce di bilancio separata (39% rispetto al 28%).

Tutto ciò non solo li rende più vulnerabili ai tagli ai finanziamenti, ma implica anche che il benessere non sia considerato un intervento sanitario preventivo. Per un approfondimento sui fattori che determinano i cambiamenti nei finanziamenti dei programmi di benessere, rimandiamo alla Sezione 3.3 Cosa spinge i CEO ad aumentare gli investimenti nel benessere.

Uno dei modi più efficaci per rafforzare il supporto dei dirigenti è riferire frequentemente i risultati. Maggiore è la frequenza con cui un CEO visualizza i dati sui risultati del programma, maggiore è la probabilità che aumenti gli investimenti e sostenga i finanziamenti a lungo termine. L'83% dei dirigenti che ricevono report mensili, e che quindi vedono il legame diretto tra benessere e risultati aziendali, considera i programmi di benessere una risorsa strategica. D'altro canto, il 68% dei CEO che ricevono questo tipo di aggiornamento solo una o due volte all'anno considera i programmi di benessere un semplice costo. Quando il benessere non è concretamente visibile, finisce per passare in secondo piano, diventando una spesa accessoria anziché un elemento chiave per il successo.

Per i leader delle Risorse Umane, questa è un'opportunità entusiasmante. Presentare regolarmente l'impatto dei programmi di wellbeing, che si tratti di un aumento della produttività, una maggiore fidelizzazione dei dipendenti o una riduzione dei costi sanitari, può rafforzare il valore aziendale del benessere stesso. È fondamentale considerare il benessere come un investimento strategico nella salute e nella performance aziendale, piuttosto che una spesa discrezionale delle Risorse Umane; questo approccio rafforza ulteriormente l'impegno finanziario dell'organizzazione.

La chiave è la visibilità: più i CEO vedono i benefici del benessere, più investono in programmi che mantengono i dipendenti produttivi.

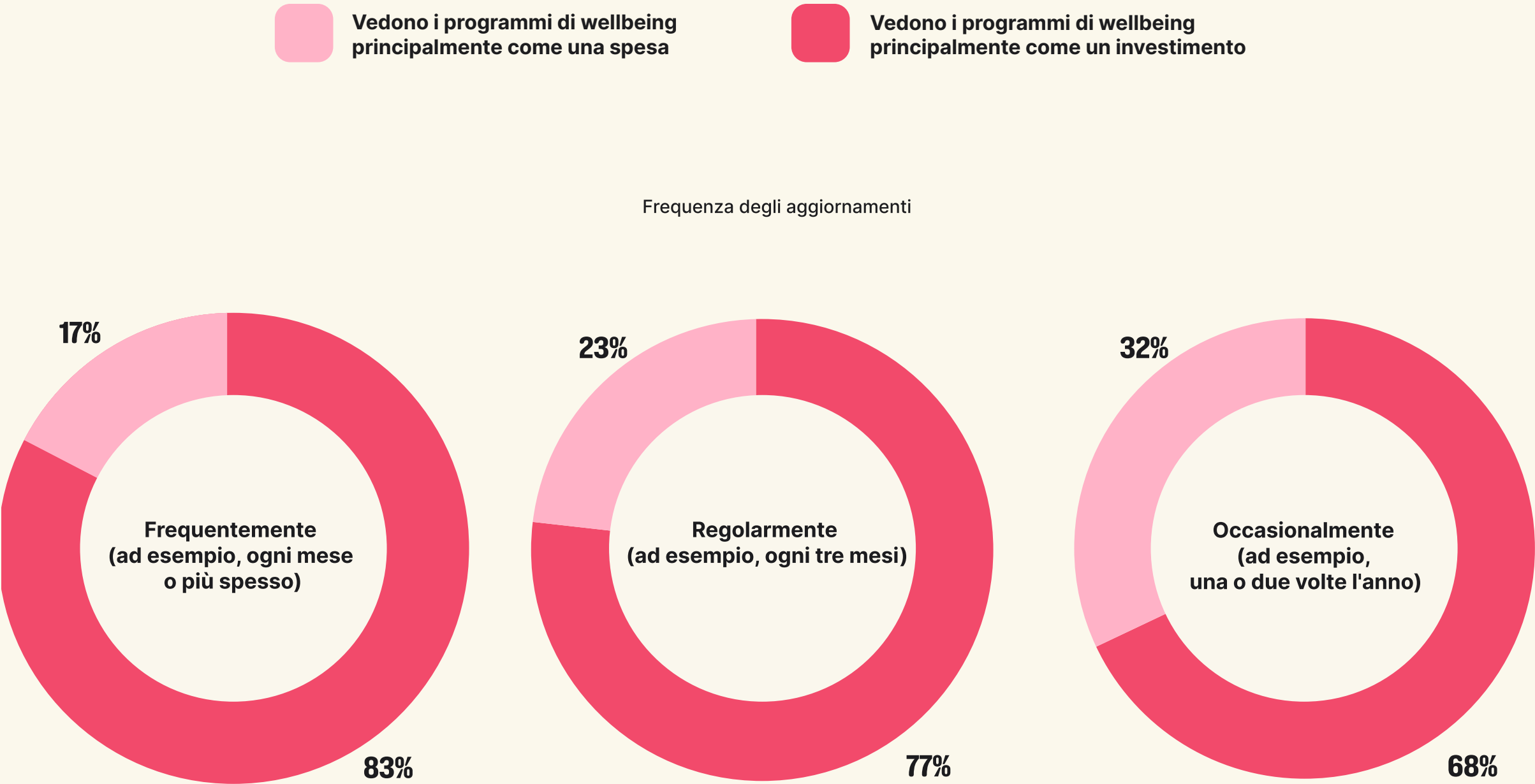
IN CONCLUSIONE

I numeri parlano da soli: la maggior parte dei CEO crede nel potenziale dei programmi di benessere e ne riconosce l'impatto su ROI, produttività e fidelizzazione.

Eppure molti ancora sottovalutano quanto questi programmi possano essere efficaci. Rispetto ai leader delle Risorse Umane, i CEO tendono a sottovalutare l'impatto del benessere su assenteismo, produttività e fidelizzazione, tutti fattori più significativi di quanto credano.

Con ritorni così elevati, i CEO lungimiranti non si limitano ad approvare i budget per le iniziative di benessere, ma li portano al loro massimo. Invece, le aziende che ancora trattano i programmi di benessere come semplici benefit rischiano di perdere uno degli strumenti più efficaci per la resilienza aziendale a lungo termine.

QUANTO PIÙ SPESSO UN CEO RICEVE AGGIORNAMENTI SULL'IMPATTO DEL PROGRAMMA DI BENESSERE, TANTO PIÙ È PROBABILE CHE CONSIDERI I PROGRAMMI DI BENESSERE UN INVESTIMENTO



2.3 I programmi di benessere più richiesti dai CEO

PUNTI CHIAVE

I CEO si stanno allontanando dai programmi di benessere standardizzati, e stanno rivolgendo il proprio interesse verso soluzioni flessibili e tecnologiche a supporto del fitness, della salute mentale e del benessere finanziario. Tecnologia indossabile per il fitness, l'uso della *gamification*, app per la salute mentale e strumenti di educazione finanziaria stanno rimodellando il modo in cui le aziende coinvolgono i dipendenti.

Ma c'è ancora molto lavoro da fare: il fitness da remoto è poco sviluppato, il supporto proattivo per la salute mentale risulta insufficiente e il benessere finanziario a breve termine richiede maggiore attenzione. Le aziende che colmano queste lacune e inseriscono il benessere in una strategia integrata e incentrata sui dipendenti otterranno i risultati migliori in termini di coinvolgimento, fidelizzazione e produttività.

NEL DETTAGLIO

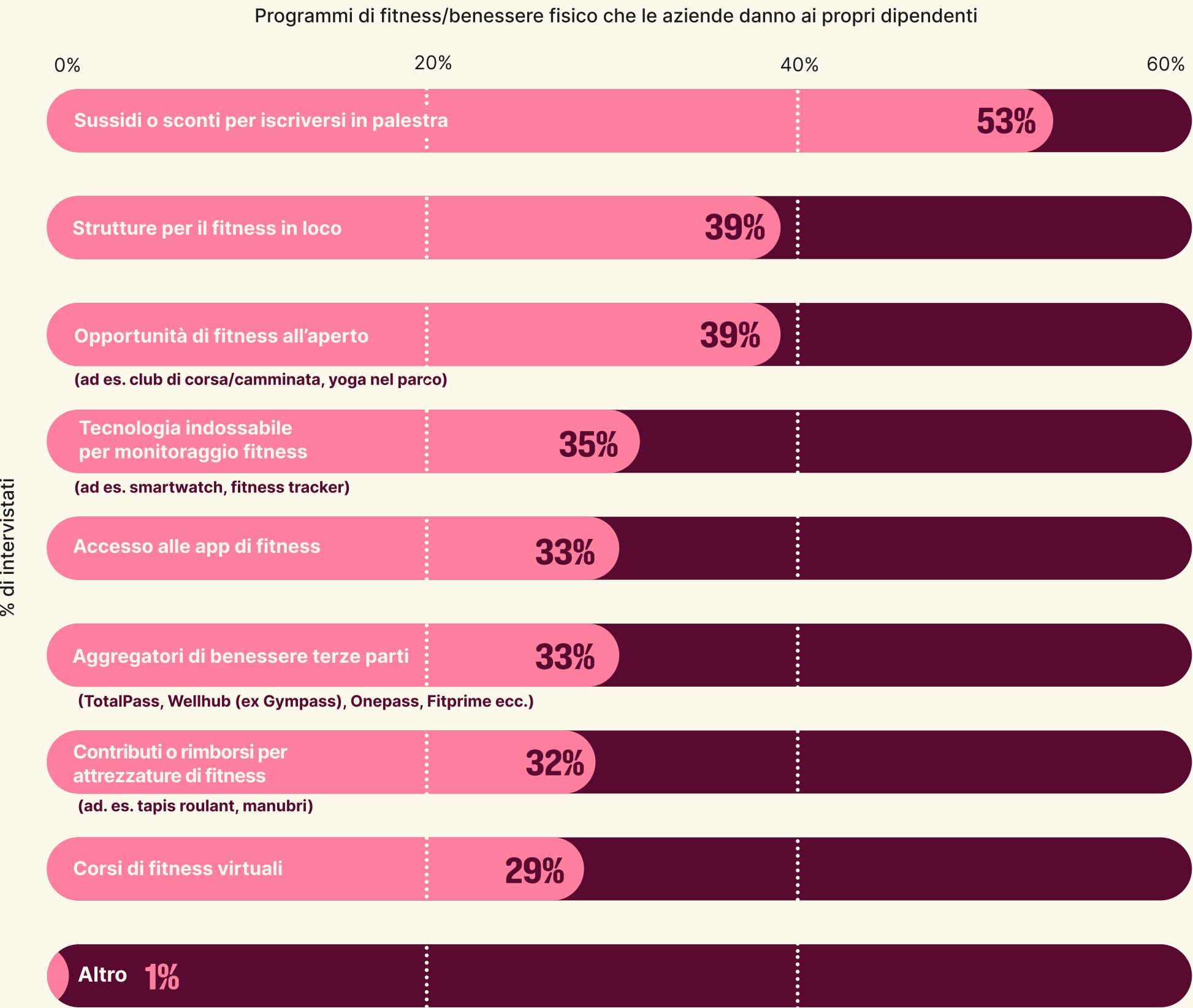
Il benessere sul luogo di lavoro sta subendo un importante miglioramento. I CEO non si limitano più a offrire palestre in sede e caffè gratuito, ma investono in

soluzioni per il benessere basate sulla tecnologia, flessibili e altamente personalizzate. L'attenzione si sta spostando verso il coinvolgimento, l'accessibilità e l'integrazione tra fitness, salute mentale e benessere finanziario.

Tuttavia, sebbene le aziende stiano facendo grandi passi avanti, permangono alcune lacune nel supporto proattivo al benessere mentale, nelle opzioni di fitness adatte al lavoro da remoto e negli strumenti per il benessere finanziario a breve termine. Per i leader delle Risorse Umane, questo rappresenta un'opportunità d'oro per ottimizzare i programmi di benessere in modo da generare un impatto duraturo e un ROI elevato.



GLI ABBONAMENTI IN PALESTRA SONO IL BENEFIT PIÙ COMUNE



Parola d'ordine: approccio al fitness flessibile e basato sulla tecnologia

Il fitness rimane un pilastro del benessere dei dipendenti, con il 53% dei CEO che afferma di offrire sussidi o sconti per l'iscrizione in palestra (rendendolo il benefit più comune). Anche i centri fitness presso le aziende (39%) e le opzioni di allenamento all'aperto (39%), come gruppi di camminata e club di jogging, sono popolari, a dimostrazione del fatto che le aziende desiderano offrire ai dipendenti un mix di modalità strutturate e flessibili per mantenere l'intera popolazione aziendale attiva.

Ma i modelli di benessere uguali per tutti sono ormai superati. I dipendenti desiderano scelta, flessibilità e coinvolgimento basato sulla tecnologia; ecco perché le aziende stanno intensificando gli sforzi in tal senso. In questo contesto, non sorprende che la tecnologia indossabile per il fitness stia prendendo piede: il 35% dei dirigenti afferma che il proprio programma offre fitness tracker e smartwatch per aiutare i dipendenti a monitorare la propria salute in tempo reale. Anche l'approccio ludico sta riscuotendo successo, dal momento che il 33% delle aziende fa uso di app di fitness e sfide aziendali, come le gare di passi, per trasformare il benessere in un'esperienza divertente, sociale e competitiva.

Uno dei cambiamenti più significativi è l'ascesa di aggregatori per il benessere, come Wellhub, che il 33% dei CEO dichiara di offrire nella propria azienda. Queste piattaforme consentono ai dipendenti di scegliere tra una varietà di opzioni di fitness e benessere, rendendo più facile trovare soluzioni che si adattino al loro stile di vita. Che si tratti di una palestra di yoga, di un corso HIIT o di un'app di meditazione, questi aggregatori offrono flessibilità senza i limiti di un singolo abbonamento in palestra.

Tuttavia, molti dirigenti riferiscono che le loro aziende stanno perdendo una grande opportunità nell'ambito del fitness da remoto. Solo il 29% offre fitness virtuale, ma con l'aumento del lavoro ibrido, questa è un'occasione mancata per coinvolgere i talenti da remoto.

Per i leader HR, la strategia deve evidentemente prevedere di ampliare l'offerta di benessere digitale e integrare opzioni di fitness di persona, all'aperto e virtuali in un'esperienza completa e olistica. I programmi di benessere che raggiungono i dipendenti ovunque si trovino, sia in ufficio, da remoto o con un approccio misto, registreranno una maggiore partecipazione, un maggiore coinvolgimento e un maggiore ritorno sull'investimento.

Il benessere mentale è una priorità, ma le aziende stanno ancora recuperando terreno

I CEO stanno iniziando a dare priorità alla salute mentale. Oltre la metà (51%) dei CEO afferma che le proprie organizzazioni offrono servizi di terapia o counseling, rendendolo il benefit più comune per il benessere mentale sul luogo di lavoro. Molti riconoscono anche la necessità di un congedo specifico, con il 45% che offre giornate retribuite dedicate alla salute mentale. Anche programmi strutturati come i workshop sulla gestione dello stress (40%) e i programmi di assistenza ai dipendenti (39%) sono popolari, a dimostrazione del fatto che non si tratta solo di parole ma di un vero e proprio impegno delle aziende nel supportare la salute mentale.

Purtroppo, la maggior parte delle aziende è ancora in una fase reattiva. Tutti

questi supporti entrano in azione dopo che un dipendente ha già vissuto un aumento dello stress e un peggioramento del benessere mentale. I programmi di supporto mentale proattivo sono meno comuni: meno di un terzo (32%) fornisce app per il benessere come Headspace o offre corsi di formazione sulla consapevolezza della salute mentale per i manager (32%). Solo il 30% delle aziende offre programmi di mindfulness o meditazione, sebbene la ricerca dimostri che queste pratiche riducono lo stress, aumentano la concentrazione e migliorano la resilienza mentale complessiva (Sercekman, 2024). Ancora più preoccupante è il fatto che solo il 25% delle aziende proponga iniziative di prevenzione del burnout, nonostante sia una delle principali cause di assenza di coinvolgimento e turnover (Gonzales, 2024; Üngüren et al., 2024).

Per le Risorse Umane, il messaggio è chiaro: aspettare che i dipendenti raggiungano il punto di rottura vuol dire arrivare troppo tardi. Le aziende devono intensificare gli sforzi ed essere proattivi quando si tratta di salute mentale, aiutando i dipendenti a gestire lo stress prima che diventi incontrollabile. L'ampliamento dei programmi di mindfulness, della formazione sulla resilienza e delle iniziative di prevenzione del burnout contribuisce a creare dipendenti più sani, più coinvolti e più produttivi. Le aziende che agiscono ora otterranno prestazioni migliori e un minore assenteismo, creando una cultura aziendale in cui i dipendenti prosperano davvero.

Benessere finanziario: sicurezza a lungo termine, divario a breve termine

Le aziende stanno puntando su un approccio a lungo termine per il benessere

finanziario: il 47% offre piani di risparmio pensionistico, rendendolo il benefit più comune. Molte offrono anche accesso a consulenti finanziari (40%), stock option o partecipazione azionaria (37%) e programmi di risparmio per imprevisti (37%). È un chiaro segnale che le aziende riconoscono il potere della sicurezza finanziaria, aiutando i dipendenti non solo a sopravvivere, ma anche a costruire una vera ricchezza per il futuro.

Il supporto finanziario legato all'istruzione è in aumento: il 35% delle aziende offre assistenza per il rimborso dei prestiti studenteschi, mentre il 33% fornisce rimborsi delle tasse universitarie o supporto economico per istruzione o formazione. Investire nell'istruzione non è solo positivo per la crescita professionale, ma è una mossa intelligente per la salute finanziaria a lungo termine, dal momento che aiuta i dipendenti a incrementare il loro potenziale di guadagno nel corso della vita (Baumann e Keimer, 2023).

Il problema di questi piani è che considerano il benessere finanziario a breve termine un aspetto secondario. Mentre le aziende si concentrano sulla pianificazione pensionistica e sulle stock option, molti dipendenti devono affrontare lo stress e le sfide quotidiane legate al benessere finanziario: l'86% dei dipendenti afferma di sentirsi sempre più stressato per le proprie finanze e quasi due lavoratori su tre si sentono impreparati ad affrontare una spesa imprevista importante, come la riparazione di una caldaia o la sostituzione di un elettrodomestico rotto (Konrad, 2024).

Questo stress si riflette nelle prestazioni quotidiane dei dipendenti: il 66% dei dipendenti full time afferma che la propria situazione finanziaria li distrae dal lavoro (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2023). Eppure solo il 31% delle aziende offre strumenti o app per la gestione del budget personale, mentre solo il 29% offre workshop o webinar di educazione finanziaria. Questo crea un enorme divario per i dipendenti che necessitano di aiuto nella gestione delle spese, nel risparmio per gli imprevisti o semplicemente nel capire come gestire al meglio il proprio stipendio.

Per i leader delle Risorse Umane, questa è un'ottima opportunità, un'occasione per colmare questo vuoto. Offrire programmi di educazione finanziaria, strumenti per la gestione del budget, supporto per l'estinzione dei debiti e fondi di assistenza per imprevisti può aiutare i dipendenti a sentirsi più sicuri finanziariamente oggi, non solo in un futuro lontano.

Le aziende che colmano il divario tra sicurezza finanziaria a lungo termine e supporto finanziario a breve termine potranno contare su dipendenti più felici e finanziariamente stabili, oltre che su un vantaggio competitivo nella fidelizzazione dei talenti.

IN CONCLUSIONE

Le aziende stanno intensificando i loro sforzi in materia di fitness, benessere mentale e salute finanziaria, ma troppi programmi operano ancora per scompartimenti stagni, limitandone l'impatto. Il futuro del benessere sul luogo di lavoro è incentrato sull'integrazione, ovvero sulla connessione dei benefit in ogni sfera del benessere.

I leader delle Risorse Umane possono promuovere la trasformazione integrando il benessere digitale e quello in presenza, ampliando il supporto preventivo per la salute mentale e colmando i gap finanziari a breve termine. Le aziende che investono in programmi di benessere flessibili, basati sulla tecnologia e con un approccio olistico otterranno un maggiore coinvolgimento, una maggiore fidelizzazione e un ROI migliore.



2.4 Le principali obiezioni dei CEO ai programmi di benessere (e come affrontarle)

PUNTI CHIAVE

Per garantire investimenti a lungo termine nel benessere, i responsabili delle Risorse Umane devono spostare l'attenzione dai costi all'impatto. E questo perché i CEO esitano ad approvare i budget quando sono convinti che il benessere sia semplicemente una spesa.

La chiave è dimostrare quanto generi risultati aziendali. I casi migliori sono supportati da dati concreti, evidenziano le richieste dei dipendenti e allineano il benessere agli obiettivi della leadership. Programmi pilota, partecipazione dei dirigenti e report degli impatti regolari possono trasformare gli scettici in sostenitori. Quando le Risorse Umane considerano il benessere come un fattore di incremento del fatturato in grado di ridurre l'assenteismo, aumentare la produttività e migliorare la fidelizzazione, si trasforma da spesa passiva in vantaggio competitivo.

NEL DETTAGLIO

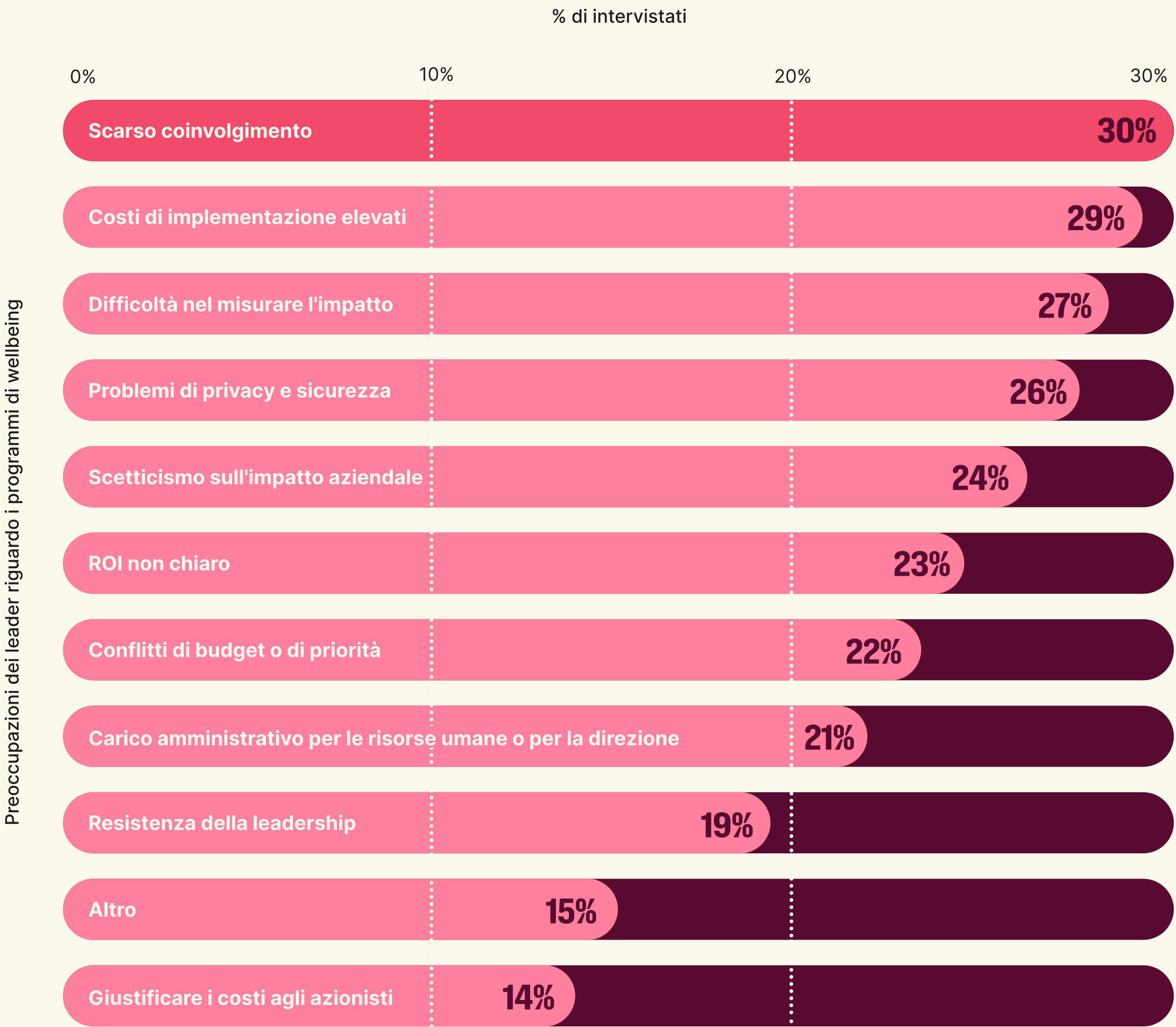
Anche se il benessere sul luogo di lavoro sta guadagnando slancio, i dirigenti nutrono serie preoccupazioni riguardo al coinvolgimento dei dipendenti

Anche se il benessere sul luogo di lavoro sta guadagnando slancio, i dirigenti nutrono serie preoccupazioni riguardo al coinvolgimento dei dipendenti, ai costi e al ritorno sull'investimento. Se i leader HR vogliono ottenere il pieno consenso dai loro dirigenti, devono affrontare queste obiezioni in modo diretto.

L'ostacolo maggiore rimane lo scarso coinvolgimento dei dipendenti in questi programmi. Il 30% dei CEO indica come principale preoccupazione il fatto che i dipendenti non sfruttino realmente i programmi offerti.



UTILIZZO DA PARTE DEI DIPENDENTI E COSTI DI AVVIO IN CIMA ALLE PREOCCUPAZIONI DEI CEO PER I PROGRAMMI DI BENESSERE



Le preoccupazioni relative al budget sono altrettanto pressanti. Il 29% dei CEO ritiene che i programmi di benessere siano troppo costosi, mentre il 27% fatica a misurarne l'impatto. Un ulteriore 24% si chiede se ne valga la pena in termini di ROI, mentre il 22% segnala che i conflitti di budget rappresentano un ostacolo, obbligando il benessere a competere con altre voci di spesa come assunzioni, retribuzioni e gestione operativa.

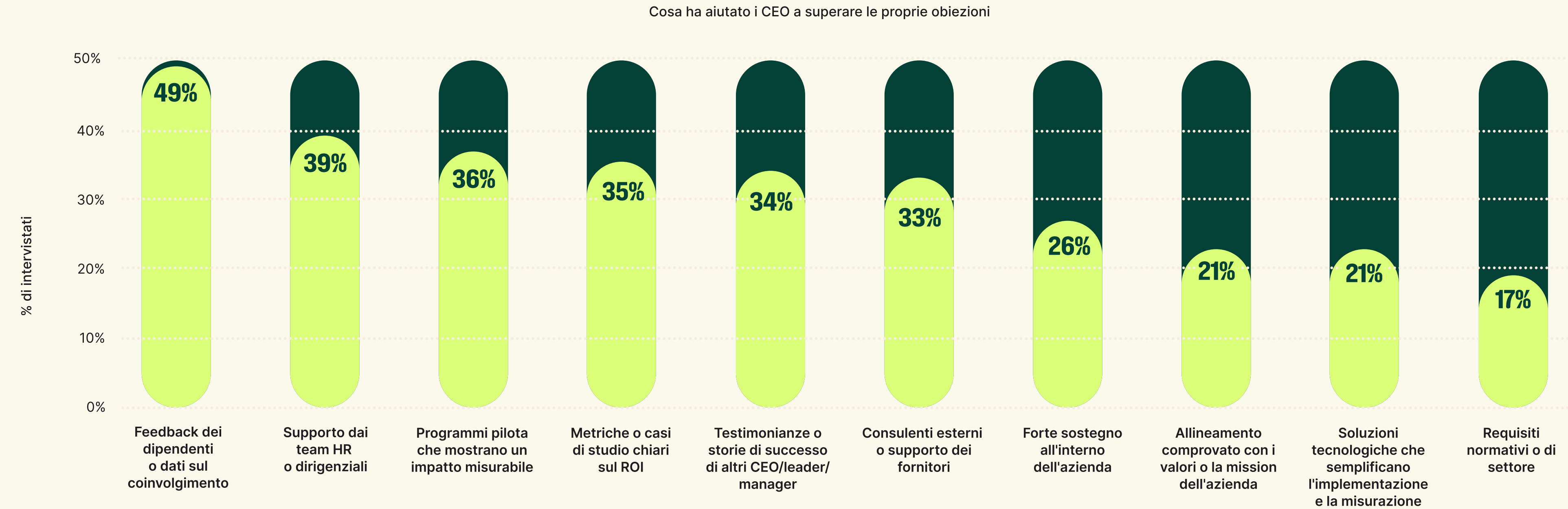
La privacy dei dati, gli oneri amministrativi e le resistenze interne aggravano ulteriormente la sfida. Oltre un quarto (26%) dei CEO si preoccupa della sicurezza dei dati, mentre il 21% ritiene che i programmi di benessere siano troppo complessi da gestire per le Risorse Umane. Il 19% afferma che le resistenze da parte di altri dirigenti costituiscano un ostacolo significativo, mentre la pressione esterna è meno rilevante: solo il 14% dei CEO cita le giustificazioni agli azionisti come un problema.

I CEO in questo caso non si oppongono alle iniziative di benessere, ma hanno bisogno di prove che ne dimostrino l'efficacia, di un ROI chiaro e di una strategia che non aggiunga ulteriore complessità alle mansioni delle Risorse Umane. Fortunatamente, le HR hanno a disposizione molti modi efficaci per superare queste preoccupazioni. Il vero punto di svolta è la voce dei dipendenti.

Quasi la metà (49%) delle aziende di successo ha utilizzato il contributo diretto dei propri team per dimostrare che i programmi di benessere non rappresentano un semplice vantaggio, ma una necessità. Sondaggi di coinvolgimento, monitoraggio della partecipazione e feedback in tempo

reale hanno fornito ai dirigenti un quadro chiaro di ciò di cui i dipendenti avevano bisogno e di come i programmi di benessere migliorino il morale, le prestazioni e la fidelizzazione dei team. Quando i dipendenti esprimono la loro opinione, le Risorse Umane hanno i dati e la potenza di fuoco per trasformare lo scetticismo in azione.

GLI INPUT DEI DIPENDENTI E DELLE RISORSE UMANE SONO QUELLI DI MAGGIOR IMPATTO PER SUPERARE LE PREOCCUPAZIONI DEI CEO SUI PROGRAMMI DI BENESSERE



Fortunatamente, le HR hanno a disposizione molti modi efficaci per superare queste preoccupazioni.

Il vero punto di svolta è la voce dei dipendenti. Quasi la metà (49%) delle aziende di successo ha utilizzato il contributo diretto dei propri team per dimostrare che i programmi di benessere non rappresentano un semplice vantaggio, ma una necessità. Sondaggi di coinvolgimento, monitoraggio della partecipazione e feedback in tempo reale hanno fornito ai dirigenti un quadro chiaro di ciò di cui i dipendenti avevano bisogno e di come i programmi di benessere migliorino il morale, le prestazioni e la fidelizzazione dei team. Quando i dipendenti esprimevano la loro opinione, le Risorse Umane avevano i dati e la potenza di fuoco per trasformare lo scetticismo in azione.

Ma i dati da soli non bastavano, perché le Risorse Umane avevano bisogno dell'approvazione dei *piani alti*. Per il 39% dei CEO, il sostegno dei dirigenti e delle HR è stato l'elemento cruciale per vincere le resistenze. Ciò significa che è fondamentale, in un certo senso, educare i vertici aziendali, non solo i CEO, sui benefici del wellbeing per l'azienda. Possiamo considerare di coinvolgere il CFO, il responsabile vendite e altri leader incentrati orientati al fatturato nelle riunioni di reporting sull'impatto del benessere, in modo che tutti possano comprendere la chiara correlazione tra dipendenti sani e profitti.

Per i leader delle Risorse Umane che si sono trovati a fronteggiare i dubbi sull'efficacia, i programmi pilota sono diventati la loro arma segreta. Il 36% delle

aziende ha avviato piccoli programmi di test prima del lancio definitivo che hanno fornito dati concreti in termini di tassi di partecipazione, testimonianze dei dipendenti e metriche iniziali sul ROI. Grazie a questi mini-lanci, le HR sono riuscite a dissipare i dubbi e aprire la strada a investimenti su larga scala.

Quando si parla di ROI, i numeri sono più efficaci delle parole: il 35% delle aziende ha utilizzato dati concreti per convincere i dirigenti. CEO e CFO che erano titubanti riguardo ai budget per il wellbeing hanno cambiato rapidamente idea quando ne hanno visto l'impatto reale in termini di risparmi sui costi, minore assenteismo e maggiore produttività. Il reporting regolare è diventato imprescindibile, a dimostrazione che il benessere non è solo una spesa, ma una strategia aziendale intelligente.

Nonostante la solidità dei dati interni, però, alcuni team delle Risorse Umane avevano bisogno di una spinta in più, quindi hanno chiamato i rinforzi. Il 34% delle aziende si è affidato al sostegno dei CEO di altre aziende per cambiare la mentalità dei propri dirigenti. Quando i CEO hanno sentito parlare di altri leader che avevano già ottenuto un enorme successo con le iniziative di benessere, è scattata la scintilla. Fidelizzazione, riduzione del burnout, dipendenti più sani non erano più solo teoria, ma realtà.

Per garantire la continuità operativa, il 33% delle aziende si è rivolto a esperti esterni. Consulenti per il benessere, analisti dei benefit e fornitori terzi hanno aiutato i team delle Risorse Umane a progettare, perfezionare e scalare programmi

che hanno prodotto risultati concreti. I migliori programmi di benessere sono supportati da un team completamente integrato pronto a occuparsi dell'implementazione. Le competenze di questi professionisti alleggeriscono la pressione sui team interni e sono in grado di fornire l'assistenza professionale necessaria per il successo delle iniziative di wellbeing.

Esiste una strategia collaudata per i leader delle Risorse Umane che desiderano promuovere un coinvolgimento tangibile nei programmi di benessere. *Lo studio "ROI del Benessere 2024"* di Wellhub mette in luce le cinque strategie chiave che hanno aiutato i team delle Risorse Umane a incrementare con successo la partecipazione.

Il segreto risiede nell'approccio proattivo. Condividere questa roadmap in anticipo dimostra ai dirigenti che l'obiettivo non è lanciare un programma e sperare che vada bene, ma impegnarsi concretamente per garantirne il successo.

1. Offrire opzioni di benessere personalizzate e flessibili

I dipendenti sono molto più propensi a usufruire di un programma di benessere quando questo soddisfa le loro esigenze individuali. Le aziende che offrono un mix di opzioni di fitness, benessere mentale, alimentazione e benessere finanziario registrano un maggiore coinvolgimento perché i dipendenti possono scegliere benefit adatti al loro stile di vita e ai loro obiettivi.

2. Coinvolgere i dirigenti

I CEO hanno il potere di affrontare le proprie preoccupazioni. Quando i dirigenti partecipano attivamente ai programmi di benessere, il coinvolgimento aumenta vertiginosamente. Il 98% dei responsabili delle risorse umane afferma che la partecipazione dei dirigenti è fondamentale e le aziende con una forte adesione della leadership osservano un aumento dei tassi di coinvolgimento dei dipendenti dal 44 all'80% (Wellhub, ROI del benessere, 2024; Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024). Fare in modo che CEO e dirigenti senior promuovano pubblicamente le iniziative di benessere aiuta a normalizzare la partecipazione a tutti i livelli dell'organizzazione.

3. Migliorare la comunicazione interna

I dipendenti non possono partecipare a un programma di benessere se non sanno cosa offre. Molti dipendenti dichiarano di non essere a conoscenza delle offerte di wellbeing della propria azienda, il che rende la comunicazione interna una priorità assoluta. I team delle Risorse Umane che sfruttano la comunicazione multicanale (e-mail, Slack, incontri pubblici e testimonianze dei dipendenti) registrano una partecipazione significativamente maggiore al programma.

4. Adottare un approccio ludico e incentivi per promuovere il coinvolgimento

Sfide di benessere, gare di passi e premi rendono la partecipazione divertente e coinvolgente. Le aziende che aggiungono un aspetto ludico ai programmi di benessere riferiscono un maggiore coinvolgimento, soprattutto se abbinati a incentivi come permessi retribuiti extra, indennità per il benessere o riconoscimenti. Trasformare il benessere in una competizione amichevole o in un sistema basato sul raggiungimento di traguardi può dare una svolta ai tassi di partecipazione.

5. Monitorare e ottimizzare costantemente il programma

I programmi di benessere devono evolversi con le esigenze dei dipendenti. Il 53% dei responsabili delle risorse umane adegua le proprie offerte di benessere ogni trimestre in base all'andamento della partecipazione, ai feedback che ricevono dai dipendenti e ai dati di coinvolgimento (Wellhub, ROI del benessere, 2024). Aggiornamenti frequenti del programma garantiscono che le iniziative per il benessere rimangano pertinenti, accessibili e coinvolgenti nel tempo.

Un'implementazione efficace inizia con i *Wellbeing Champion* interni: dipendenti e manager che danno vita ai programmi e coinvolgono i CEO. Infatti, il 26% delle aziende ha affermato che il supporto di promotori interni è stato determinante per ottenere l'approvazione della leadership. Questi promotori hanno trasformato l'interesse passivo in coinvolgimento attivo, integrando il benessere nella cultura aziendale.

La tecnologia ha reso il tutto ancora più semplice. Il 21% delle aziende utilizza strumenti digitali per semplificare la gestione, monitorare la partecipazione e segnalare l'impatto in tempo reale. Dagli aggregatori di benessere (ad esempio, Wellhub) alle piattaforme di monitoraggio del coinvolgimento, i leader delle Risorse Umane si affidano alla tecnologia per rendere il wellbeing supportato da dati concreti, efficiente e scalabile, eliminando il timore che i programmi di benessere diventino un peso per l'organizzazione.

IN CONCLUSIONE

I leader delle Risorse Umane che hanno trasformato gli scettici del benessere in sostenitori non si sono limitati a impegnarsi di più, ma hanno trovato modi più intelligenti per raggiungere i loro obiettivi. Hanno ascoltato i dipendenti, lanciato programmi pilota, monitorato l'impatto e si sono affidati alla leadership per promuoverne l'adozione. L'approvazione dei CEO, le partnership con esperti e i Wellbeing Champion rivestono tutti un ruolo importante nel garantire che la voce "wellbeing" sia presente nel budget annuale, non come costo ma come investimento.

Per i team delle Risorse Umane che incontrano ancora resistenze, non rimane che lasciare parlare i dati, iniziare in piccolo, comunicare i risultati frequentemente e rendere il benessere una priorità aziendale. Una volta che i leader vedono il ROI, sperimentano i benefici e ascoltano le storie di successo in prima persona, faranno seguito i finanziamenti e il benessere diventerà un pilastro del successo aziendale.





La formula del ROI: misurare il benessere secondo i CEO

3.1 Cosa apprezzano di più i CEO nei programmi di benessere

LEZIONE CHIAVE

I CEO sono attenti alla produttività, alla fidelizzazione e al risparmio, quindi i team HR che vogliono presentare un programma di wellbeing dovrebbero focalizzarsi su ciò che più interessa ai decisori finali: ROI, tassi di coinvolgimento e vantaggi finanziari. La chiave per ricevere l'approvazione è presentare un programma conveniente, facile da implementare e in linea con gli obiettivi aziendali.

Se si arrivano a dimostrare risultati misurabili, minor turnover, maggiore produttività e costi sanitari ridotti, il benessere non sarà più un semplice benefit, ma un vantaggio strategico in grado di generare un valore reale per l'azienda.

NEL DETTAGLIO

3.1.1 Cosa cercano i CEO in un programma di benessere

I CEO non si limitano ad approvare i programmi di benessere, ma li plasmano. Ben il 94% dei CEO ha l'ultima parola sui budget per il wellbeing e quasi tutti partecipano attivamente alla scelta del programma giusto (il 48% è estremamente coinvolto, il 36% molto coinvolto). Questo significa che per approvare un'iniziativa di benessere, bisogna parlare di ciò che più gli interessa: ROI, coinvolgimento, fidelizzazione e impatto sull'azienda.

Quindi cosa rende un programma di benessere così speciale per un CEO?
Scopriamolo insieme.

Le soluzioni per aumentare la produttività sono molto richieste

I CEO non investono in programmi di benessere a caso, ma si aspettano risultati. Il motivo principale per finanziare iniziative di benessere è legato a un aumento della produttività e dei risultati (56%).

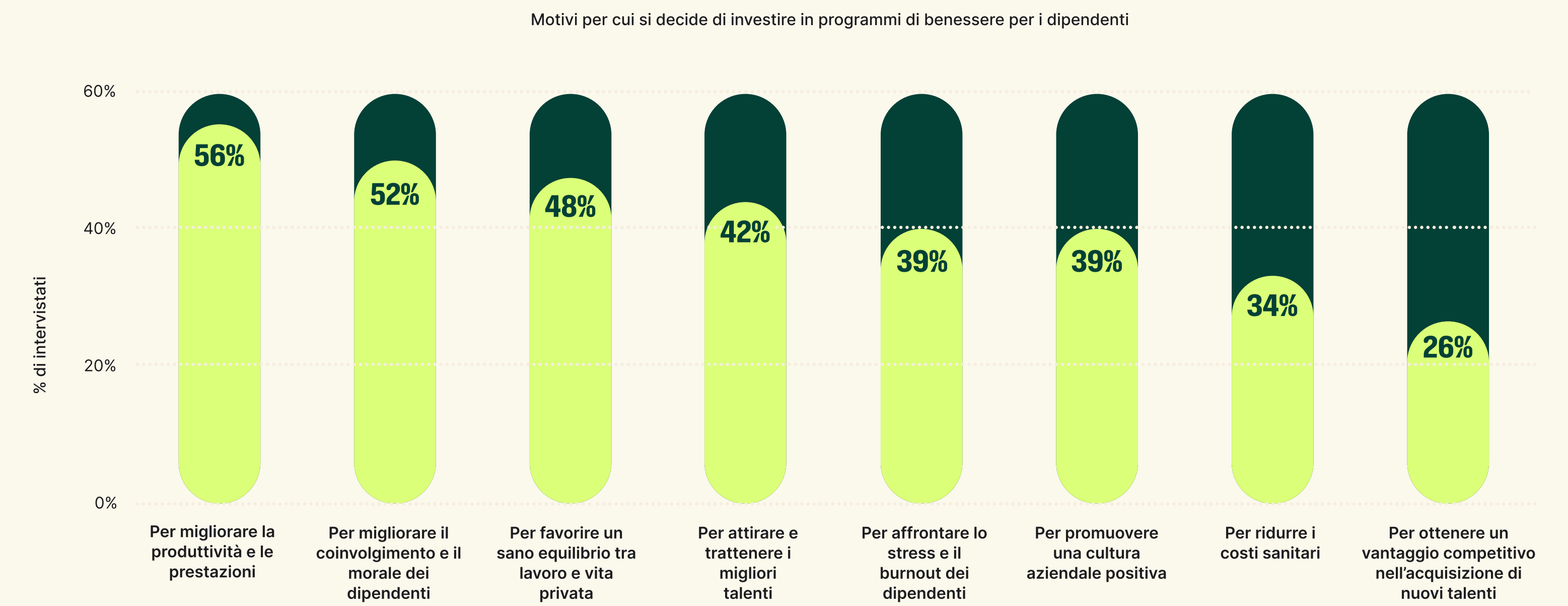
E hanno ragione: quasi la metà dei leader delle Risorse Umane (47%) segnala importanti incrementi di produttività grazie ai propri programmi di benessere (Wellhub, ROI del benessere. 2024).

Ciò significa che un maggiore benessere equivale a una maggiore produttività. Con il burnout che aumenta il turnover dei dipendenti e riduce la produttività, con un costo impressionante per le aziende di 322 miliardi di dollari all'anno, i CEO sanno che mantenere i dipendenti pieni di energia, motivati e presenti è un imperativo non negoziabile (Gallup, n.d.).

Il punto non è lavorare di più, ma farlo con maggiore soddisfazione. Più della metà dei CEO (52%) investe in programmi di benessere per aumentare il morale e il coinvolgimento, e per una buona ragione. Con tre dipendenti su cinque poco coinvolti, l'economia globale subisce un colpo di 8,9 trilioni di dollari ogni anno (Gallup, 2024).

I CEO non hanno intenzione di rinunciare a una simile cifra e vedono nel benessere la chiave per rinvigorire i propri dipendenti e ottenere risultati concreti.

PRODUTTIVITÀ, ENGAGEMENT E FIDELIZZAZIONE SONO I MOTIVI PER CUI I CEO INVESTONO NEL BENESSERE



Attirare i migliori talenti è una priorità assoluta

I CEO sanno qual è la strategia per vincere la guerra dei talenti: puntare sul wellbeing. Il 42% dei CEO finanzia programmi di benessere per attrarre e trattenere i migliori talenti, facendo una scelta strategica. Se oltre la metà (55%) dei dipendenti concorda o è fortemente d'accordo sul fatto che lascerebbe un'azienda che non dà priorità al benessere, le organizzazioni che ignorano il benessere rischiano di perdere i loro migliori talenti (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Ma la fidelizzazione rappresenta solo una parte della sfida: il 26% dei CEO considera il benessere un vantaggio competitivo in fase di selezione. E hanno ragione: oltre un terzo (38%) dei leader delle Risorse Umane afferma che i programmi di benessere sono estremamente importanti per l'acquisizione di talenti (Wellhub, ROI del benessere, 2024).

Nel mercato del lavoro odierno, i pacchetti di benefit possono decretare il successo o il fallimento di un processo di assunzione, e le aziende con una solida offerta di benessere non solo attraggono i migliori, ma li mantengono.



I CEO vogliono porre fine allo stress e al burnout

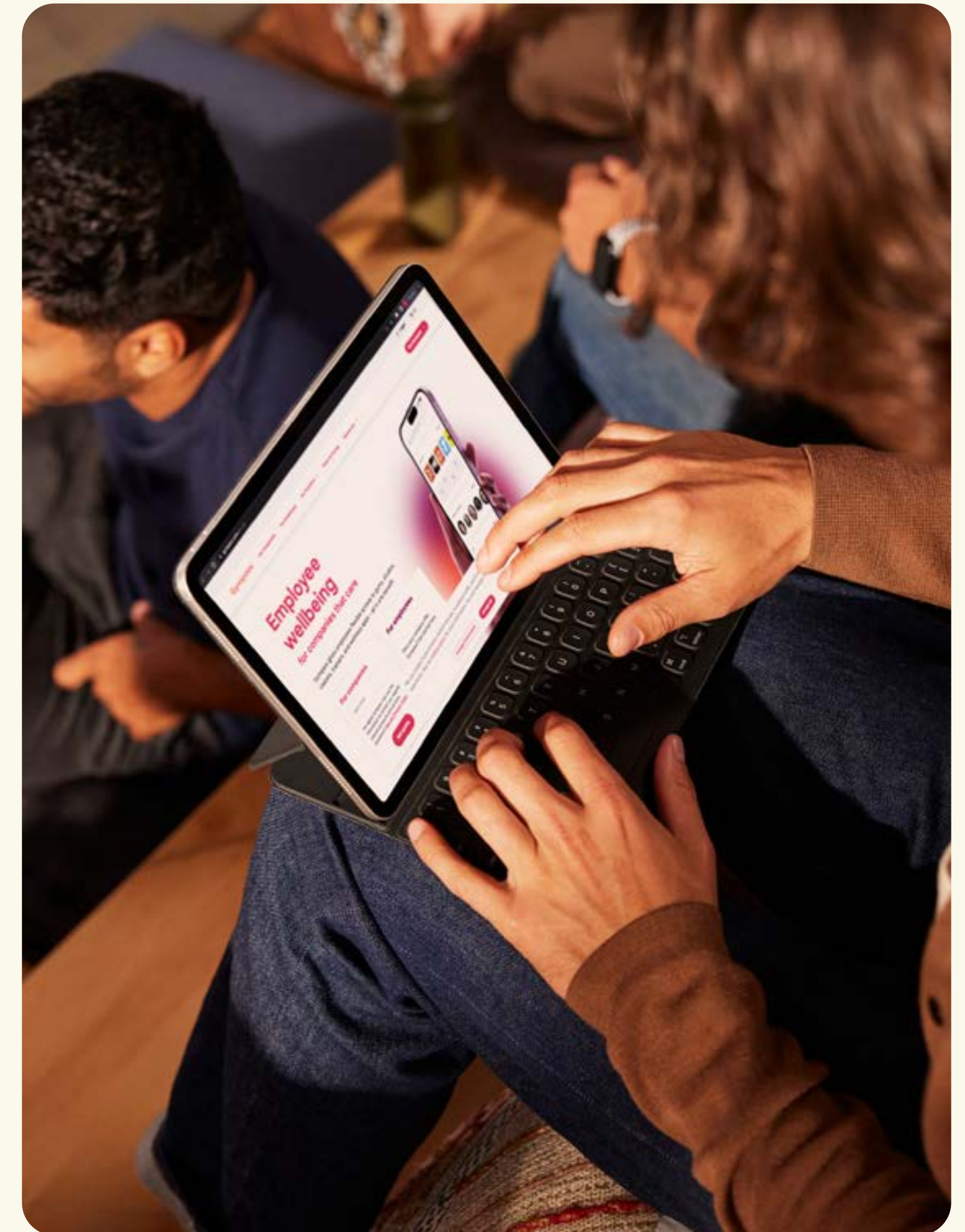
Affrontiamo un nemico invisibile che mina le aziende: lo stress. Per questo motivo, il 39% dei CEO mette al primo posto la prevenzione del burnout, investendo in programmi di benessere, una scelta che ha solide fondamenta. Il 96% dei dipendenti sperimenta stress sul lavoro quotidianamente, con il 32% che segnala un livello elevato di stress (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2023). Di conseguenza, lasciano l'azienda. Il solo turnover causato dal burnout prosciuga il 20% dei budget destinati alle buste paga (Gallup, n.d.).

Nel frattempo, il 48% dei CEO investe in programmi di benessere per supportare un migliore equilibrio tra lavoro e vita privata, poiché quando questo equilibrio viene meno, anche le prestazioni ne risentono. Attualmente, il 47% dei dipendenti afferma che lo stress sul lavoro sta compromettendo il loro benessere mentale e il 55% riporta che livelli precari di benessere mentale stiano compromettendo la qualità del sonno (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024). Se i dipendenti sono esausti, sopraffatti e distratti, non daranno il massimo sul lavoro. E i CEO vedono nel wellbeing una soluzione pratica.

Il risparmio sui costi sanitari è un vantaggio economico

Con i costi sanitari in aumento, i CEO sono alla ricerca di soluzioni economicamente vantaggiose e sostenibili sul lungo periodo. I programmi di benessere rispondono proprio a questa esigenza. Il 34% dei CEO afferma che la riduzione dei costi sanitari è un fattore chiave per gli investimenti nel benessere, e i risultati parlano da soli: il 91% delle aziende segnala una riduzione delle spese sanitarie grazie alle proprie iniziative di benessere (Wellhub, 2024).

Questo perché i programmi di benessere sono particolarmente efficaci nel prevenire, prima di tutto, la necessità di cure sanitarie: tre quarti dei costi sanitari derivano da patologie prevenibili, il che significa che le aziende che non investono nel benessere finiscono per dover pagare spese evitabili (Gallup, n.d.). Questo semplifica la scelta tra investire ora in prevenzione o pagare in seguito le richieste di rimborso per premi assicurativi alle stelle. I leader intelligenti puntano sul benessere e vincono.

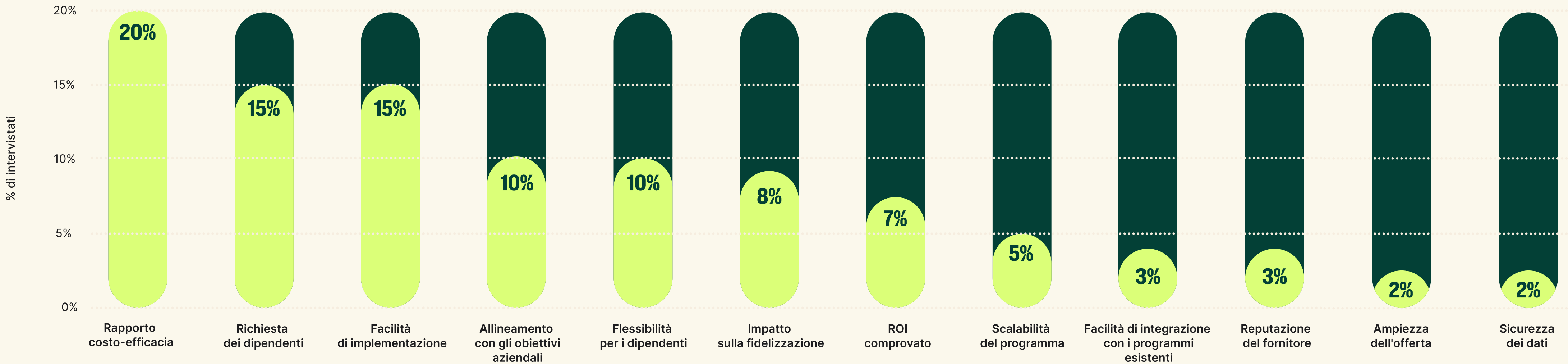


3.1.2 Come i CEO analizzano i programmi di benessere proposti

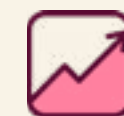
Questi obiettivi strategici sono perfetti, ma come fanno i CEO a decidere se uno specifico programma di benessere vale un certo tipo di investimento? Quali parametri indicano loro che un programma genererà effettivamente produttività, coinvolgimento e risparmi sui costi? Analizziamoli nel dettaglio.

I PROGRAMMI DI BENESSERE CONQUISTANO I CEO QUANDO CENTRANO GLI OBIETTIVI DI COSTO E SODDISFANO LE ESIGENZE DEI DIPENDENTI

Criteri considerati durante la valutazione di un programma di wellbeing



Il rapporto costi-efficacia è decisivo



Ogni euro speso deve essere giustificato in un'azienda. Ecco perché il 20% dei CEO afferma che il rapporto costo-efficacia è il principale parametro di valutazione nella scelta di un programma di benessere.

La logica è semplice: se un programma non genera risparmi o guadagni misurabili, non viene preso in considerazione. E i CEO non vogliono solo un ritorno economico, ma prove concrete. Il 7% afferma specificamente che il parametro decisivo è un ROI comprovato. Hanno bisogno di vedere come questi programmi stanno riducendo i costi, abbattendo l'assenteismo e aumentando il coinvolgimento per migliorare i risultati economici.

La decisione dipende dalle richieste dei dipendenti e dalla facilità d'uso



Non importa quanto un programma di benessere sembri eccezionale nella teoria, se i dipendenti non lo utilizzeranno, non riceverà l'approvazione per essere lanciato. Per questo motivo il 15% dei CEO afferma che le esigenze dei dipendenti sono la massima priorità nella scelta di un programma. Fortunatamente, il 79% dei dipendenti che hanno accesso a un programma di benessere lo utilizza: il 54% afferma di sfruttarlo costantemente, mentre il 20% lo utilizza sempre, a dimostrazione del fatto che quando le aziende offrono i giusti benefit, i dipendenti li sfruttano per davvero (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Ma deve essere anche facile da implementare. Un altro 15% dei CEO afferma che la facilità di implementazione è una priorità assoluta ed è comprensibile. I programmi migliori si integrano perfettamente nei flussi di lavoro esistenti, non creano ulteriori grattacapi e sono facili da utilizzare per i dipendenti. Se è semplice e fluido, è un investimento intelligente.

L'allineamento all'azienda e la flessibilità sono fondamentali



I CEO non investono nel benessere per il gusto di farlo, ma si aspettano che il programma sia in linea con gli obiettivi della loro azienda. Ecco perché il 10% afferma che la priorità principale è trovare programmi in grado di allinearsi direttamente ai propri obiettivi. Che si tratti di migliorare la produttività, ridurre il turnover o rafforzare l'immagine dell'azienda, un programma di benessere deve contribuire al quadro strategico più ampio.

La flessibilità è un altro requisito imprescindibile. Un altro 10% dei CEO considera la flessibilità dei dipendenti un parametro di valutazione fondamentale, riconoscendo l'inutilità di programmi rigidi e standardizzati. I dipendenti desiderano soluzioni di benessere che si adattino alle loro vite, che si tratti di meditazione virtuale, coaching nutrizionale, dispositivi di monitoraggio del sonno, fitness on-demand o app per la gestione del budget.

IN CONCLUSIONE

I CEO hanno ben chiaro cosa rende un programma di benessere degno di essere finanziato: deve generare ROI, stimolare il coinvolgimento dei dipendenti ed essere semplice da implementare. Al primo posto c'è il rapporto costo-efficacia, ma anche la domanda, la semplicità d'uso e l'allineamento con gli obiettivi aziendali rivestono un ruolo importante.

Per ottenere l'approvazione dei dirigenti, i team che si occupano dei benefit aziendali devono presentare programmi flessibili, basati sui dati e approvati dai dipendenti. Quando le soluzioni di benessere sono facili da adottare e presentano una stretta correlazione con le ottime prestazioni dell'azienda, smettono di essere un optional e diventano un requisito imprescindibile.



3.2 Come misurano i risultati i CEO

PUNTI CHIAVE

Per convincere i CEO ad adottare i programmi di benessere, ai leader delle Risorse Umane non bastano solo storie positive pregne di empatia, ma hanno bisogno di dati concreti che ne dimostrino l'impatto.

Questo significa monitorare ciò che più interessa ai CEO: coinvolgimento, produttività, risparmio sui costi e fidelizzazione. I tassi di partecipazione, gli indicatori di performance e i costi legati alla salute dovrebbero essere al centro dell'attenzione.

La magia avviene quando i dati concreti incontrano storie reali, dal feedback dei manager ai cambiamenti culturali sul campo. La strategia più chiara ed efficace per le Risorse Umane è comunicare la correlazione tra il benessere, i risultati aziendali e il ROI.

NEL DETTAGLIO

Una volta lanciato e implementato il programma, i CEO non si limitano a sperare nel suo successo: vogliono conoscere a fondo tutti gli impatti positivi che sta

generando e prestano molta attenzione. Quasi la metà (48%) riceve aggiornamenti almeno una volta al mese e un altro 41% li verifica trimestralmente. La buona notizia è che l'89% dei CEO non ha mai interrotto un programma di benessere. Ciò significa che quando un programma funziona, diventa indispensabile.

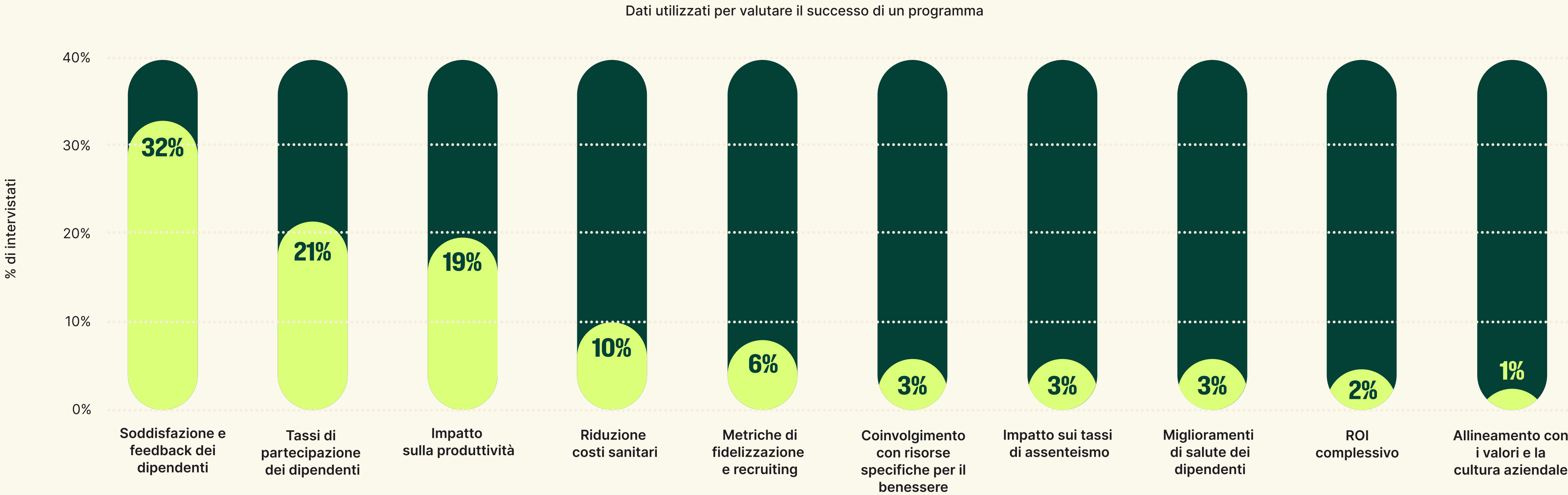
Ma i CEO non vogliono report consolatori. Vogliono dati concreti. Il programma aumenta la produttività? I dipendenti lo utilizzano davvero? Sta facendo risparmiare l'azienda?



3.2.1 Metriche di successo: persone e performance

Ecco cosa interessa loro veramente e come i leader delle Risorse Umane possono raccogliere i dati necessari per raccontare una storia avvincente.

LE METRICHE DI SUCCESSO CON FOCUS SUI DIPENDENTI HANNO UN RUOLO IMPORTANTE IN COME I CEO PERCEPISCONO I SUCCESSO DEI PROGRAMM



Coinvolgimento e sentiment dei dipendenti al primo posto

Prima di tutto, i CEO vogliono sapere se i dipendenti apprezzano davvero il programma e se lo stanno utilizzando. La soddisfazione dei dipendenti è in cima alla lista, con il 32% dei CEO che dà priorità ai feedback dei dipendenti come misura chiave del successo.

Ma il sentiment da solo non basta. Anche i tassi di partecipazione sono importanti, con il 21% dei CEO che monitora quanti dipendenti interagiscono attivamente con le offerte di wellbeing. Anche l'iniziativa di benessere meglio progettata è inutile se i dipendenti non la utilizzano. Ma più utilizzano un programma, maggiori sono i risultati: la ricerca dimostra che, quando i dipendenti sfruttano i programmi a loro disposizione, le aziende ottengono risultati migliori, un morale più alto e una maggiore produttività (Wellhub, ROI del benessere, 2024).

Per i leader delle Risorse Umane, sondare regolarmente le opinioni dei dipendenti può fornire approfondimenti sulla loro soddisfazione. Semplici sondaggi cosiddetti “pulse” inviati durante e dopo il lancio di programmi di benessere possono rivelare in tempo reale le reazioni dei dipendenti. I moduli di feedback anonimi offrono ai dipendenti lo spazio per condividere riflessioni più dettagliate, soprattutto se sono restii a esprimersi in un sondaggio aperto.

Entrambi gli strumenti possono rivelare tendenze significative, come la percezione dei dipendenti sull'utilità di un programma, la sua facilità d'uso e il valore di tenerlo nel tempo.

I focus group dei dipendenti approfondiscono questa analisi. Bisogna solo assicurarsi che riflettano l'intero organico (diversi ruoli, reparti e sedi) e includano sia gli utenti che i non utenti per capire cosa funziona, cosa non funziona e quali sono gli ostacoli.

Infine, i dati sulla partecipazione possono essere raccolti tramite analisi della piattaforma di gestione del benefit, accessi in palestra e utilizzo di app per la salute. Maggiore è la quantità di dati sul coinvolgimento che le Risorse Umane riescono a monitorare, più nitida sarà la visione d'insieme.



La produttività è la chiave di volta

Il benessere non si limita al sentirsi bene, ma contribuisce anche a migliorare i risultati. Ecco perché il 19% dei CEO afferma che i miglioramenti della produttività sono il principale KPI nella valutazione del successo di un programma. Vogliono sapere se le iniziative di benessere aiutano i dipendenti a rimanere concentrati, energici ed efficienti.

Il burnout e l'assenza di coinvolgimento hanno enormi conseguenze finanziarie, con una perdita di produttività che costa alle aziende 322 miliardi di dollari all'anno (Gallup, n.d.). Nel frattempo, i dipendenti stessi riferiscono che un migliore benessere fisico ed emotivo aumenta direttamente le loro prestazioni sul lavoro (rispettivamente del 93 e del 95%) (Wellhub, Stato del benessere sul luogo di lavoro, 2024).

I team delle Risorse Umane possono osservare i miglioramenti della produttività monitorando gli indicatori chiave di prestazione (KPI) prima e dopo l'implementazione del programma. Questo potrebbe includere azioni come monitorare quanto vengano rispettate le scadenze e valutare la qualità del lavoro o la produttività autodichiarata dai dipendenti tramite sondaggi interni. Si possono anche analizzare metriche più concrete, come la produttività o il fatturato per dipendente, per ottenere un quadro più chiaro. Per un confronto

significativo, questi parametri devono essere confrontati con un valore di riferimento, ad esempio i dipendenti che non partecipano attivamente al programma di benessere. Questo permette di isolare l'impatto del programma e a rafforzare la propria posizione con i dirigenti. Collegare la partecipazione al programma alle valutazioni delle prestazioni e al feedback dei manager può offrire una prova concreta che il benessere è un ottimo driver per il successo sul luogo di lavoro.

E i focus group dei dipendenti possono contribuire ad approfondire questa analisi. Bisogna solo assicurarsi che riflettano l'intero organico (diversi ruoli, reparti e sedi) e includano sia gli utenti che i non utenti per capire cosa funziona, cosa non funziona e quali sono gli ostacoli.



Il risparmio sui costi sanitari è al centro dell'attenzione

Per i CEO, un programma di benessere che riduce i costi sanitari è un investimento che vale la pena mantenere: il 10% afferma che il risparmio finanziario sulle richieste di rimborso mediche e sulle spese assicurative è l'indicatore di successo più importante.

I numeri mostrano che le aziende con programmi di benessere efficaci segnalano significative riduzioni dei costi sanitari, in particolare per le patologie prevenibili (Wellhub, ROI del benessere, 2024). Quando un programma contribuisce a ridurre il rischio di malattie croniche, alleviare malattie correlate allo stress o migliorare l'accesso alle cure preventive, le richieste di rimborso per l'assistenza sanitaria diminuiscono, con un impatto diretto sui profitti aziendali.

Le Risorse Umane possono collaborare con i fornitori di benefit per analizzare le richieste di rimborso per l'assistenza sanitaria anno su anno, gli screening preventivi, i parametri di gestione delle malattie croniche, la spesa per i farmaci da prescrizione e i tassi di ospedalizzazione.

Fidelizzazione e selezione del personale: due aspetti fondamentali

I CEO riconoscono che il wellbeing gioca un ruolo fondamentale nell'attrarre e trattenere i migliori talenti. Per il 6% dei partecipanti al sondaggio, non è un semplice fattore, ma il parametro di successo più importante nella valutazione di un programma di benessere. Con oltre un quarto dei dipendenti (28%) che dichiara di voler cercare lavoro esclusivamente presso aziende che pongono il benessere al primo posto (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024), tali programmi non rappresentano solo un benefit, ma un vero e proprio vantaggio competitivo.

Per verificare se i benefit per il benessere influenzano le decisioni dei dipendenti, le Risorse Umane possono monitorare questo impatto analizzando i tassi di turnover, i colloqui di uscita e i sondaggi ai nuovi assunti. Quando i migliori candidati scelgono l'azienda per l'attenzione al benessere o i dipendenti riferiscono una carenza di supporto in quest'area come motivo principale del licenziamento, per i CEO queste informazioni diventano essenziali. Anche i tassi di mobilità interna e promozione sono significativi: i dipendenti che si sentono supportati e coinvolti hanno maggiori probabilità di crescere all'interno dell'azienda. Per identificare queste tendenze e mettere in luce il valore a lungo termine, è possibile monitorare la percentuale di partecipanti al programma di wellbeing che cercano o ottengono nuovi ruoli.

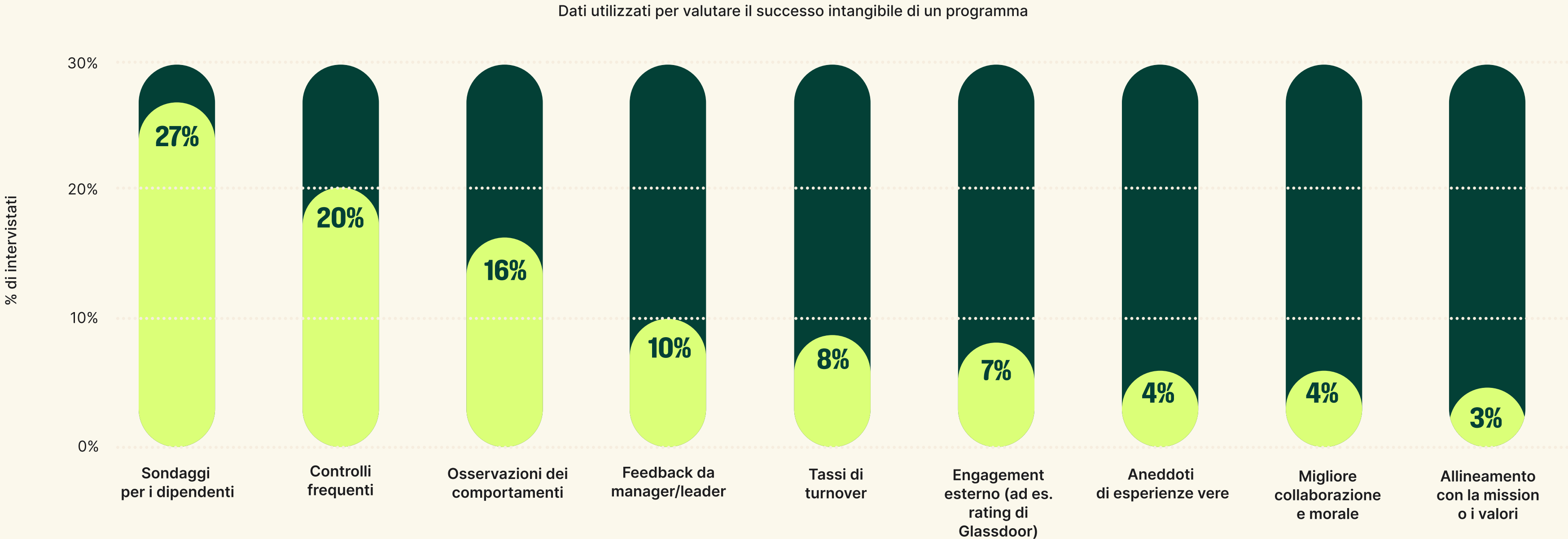
3.2.2 Metriche di successo: cultura aziendale

Alcuni vantaggi in termini di benessere sono facili da misurare, come i tassi di accettazione delle offerte più elevati o un minore turnover. Ma che dire di quelli intangibili, come una cultura aziendale più solida, un morale più alto e un coinvolgimento più radicato?

I CEO vogliono comunque una prova che il loro investimento nel benessere stia promuovendo il cambiamento, anche quando l'impatto non è legato a un foglio di calcolo.

Quindi, come si misura un valore difficile da quantificare? Ecco qual è l'aspetto più importante secondo i CEO e in che modo le Risorse Umane possono fornire loro i dati di cui hanno bisogno.

I LEADER HR POSSONO SFRUTTARE GLI INPUT DEI LAVORATORI PER GIUDICARE L'IMPATTO CULTURALE DEI LORO PROGRAMMI DI BENESSERE



Il parere dei dipendenti è una metrica imprescindibile per i CEO

Quando i CEO vogliono conoscere l'opinione dei dipendenti in relazione all'ambiente lavorativo, il 27% afferma che i sondaggi sul coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta la metrica più interessante. Questi sondaggi non misurano solo la soddisfazione, ma rivelano anche il livello di coinvolgimento dei dipendenti nel loro lavoro, nei loro team e nell'azienda. Bisogna porre domande come: *Senti spesso di avere tanta energia sul lavoro? Credi che l'azienda ti supporti nel mantenere alti i tuoi livelli di benessere? Il programma di benessere ha migliorato la tua esperienza quotidiana?* Queste risposte offrono informazioni preziose sull'evoluzione della cultura e delle prestazioni. E il coinvolgimento è altrettanto importante: i dipendenti con alta partecipazione sono il 23% più produttivi per le loro aziende (Gallup, 2024).

I leader delle Risorse Umane dovrebbero monitorare i risultati dei sondaggi sul coinvolgimento prima e dopo il lancio di un'iniziativa di benessere. Dovrebbero andare oltre la soddisfazione e porre domande più specifiche come: *Hai la motivazione per dare il massimo ogni giorno? Il tuo lavoro ti sembra significativo? Capisci in che modo il tuo ruolo contribuisce agli obiettivi aziendali?* Domande

come queste aiutano a valutare se i programmi di benessere stanno facendo progressi in termini di concentrazione, motivazione e connessione con i propri colleghi, indicatori chiave del coinvolgimento dei dipendenti rilevanti per i CEO.

Ma questi ultimi non si limitano a sondaggi annuali sul coinvolgimento: il 20% afferma che i sondaggi brevi sono il feedback più importante per loro. Può trattarsi di sondaggi con una sola domanda, sondaggi trimestrali o strumenti di feedback per rilevare il sentiment dei dipendenti. Se i programmi di benessere sono efficaci, i punteggi che derivano da questi sondaggi dovrebbero mostrare una tendenza al rialzo, un maggiore legame con i valori aziendali e una minore incidenza di burnout. I CEO apprezzano un miglioramento costante piuttosto che episodi isolati di alto coinvolgimento.

Ma non bisogna fermarsi ai feedback interni: ad esempio l'andamento dei punteggi su Glassdoor o Indeed è altrettanto importante. Un aumento delle valutazioni dei datori di lavoro può riflettere un morale più forte e una migliore reputazione sul luogo di lavoro. E se l'azienda collega il benessere all'esperienza del cliente, è utile monitorare anche i punteggi di soddisfazione del cliente. Dipendenti coinvolti e in salute spesso si presentano in modo più positivo ai clienti, un altro parametro fondamentale da considerare.

Morale e collaborazione sono indicatori chiave della cultura aziendale

Non tutti i risultati dei programmi di benessere si riflettono nei dati: il 16% dei CEO si basa su osservazioni dirette del morale e della collaborazione del team. I dipendenti sono più energici? I team collaborano in modo più efficace? Le riunioni sono più positive e produttive? Questi sono gli indicatori culturali che i CEO osservano.

Le Risorse Umane possono esaminare i documenti interni per individuare i cambiamenti nelle dinamiche dei team rilevati durante le valutazioni delle prestazioni e i progetti in cui sono coinvolti vari dipartimenti e team. Se i programmi di benessere creano un ambiente di lavoro più connesso e aperto al supporto, queste storie vanno evidenziate e supportate da dati concreti nei report mensili sull'impatto. Bisogna pensare a questi contributi come se fossero delle testimonianze interne: commenti diretti dei dipendenti, ringraziamenti durante le riunioni dei team o persino post su LinkedIn di chi ringrazia per la possibilità di dedicare una giornata alla salute mentale o mezza giornata all'allenamento. Questi momenti rendono l'impatto reale e tangibile, soprattutto per il pubblico dirigenziale.



Manager e team leader sono i custodi dei dati più importanti

I manager in prima linea interagiscono quotidianamente con i dipendenti, il che li rende un barometro cruciale per misurare il coinvolgimento, i livelli di stress e il morale del team. Infatti, il 10% dei CEO afferma che il feedback di manager e team leader è il modo più efficace per valutare l'impatto dei programmi di benessere sulla cultura aziendale.

Per sfruttare efficacemente queste informazioni, le Risorse Umane possono creare canali strutturati per raccogliere il feedback dei manager, come ad esempio:

- Sondaggi rapidi specifici per i manager
- Incontri mensili o trimestrali per condividere tendenze e sfide
- Incontri individuali strutturati tra Risorse Umane e team leader
- Modelli di feedback o dashboard per riferire il sentiment del team e variazioni osservabili nei comportamenti

I manager devono riferire:

- Variazioni nei livelli di energia e nel morale del team
- Miglioramenti osservati in termini di concentrazione, collaborazione o presenza
- Riduzione di problemi o conflitti di performance legati allo stress
- Adozione e sentiment in relazione alle offerte di benessere

Raccogliendo e sintetizzando costantemente questi feedback, le Risorse Umane possono individuare tempestivamente le tendenze, identificare i team più performanti e persino individuare le aree in cui è necessario ulteriore supporto o comunicazione sul benessere.

Quando i manager affermano che i loro team sono più soddisfatti, più resilienti e meglio supportati, non si tratta di osservazioni casuali o aneddoti, ma è piuttosto un segnale forte che il benessere produce risultati concreti.



Fidelizzazione e brand reputation sono la prova di una cultura aziendale in crescita

Il riconoscimento è importante, soprattutto per i CEO. Per il 7% dei dirigenti, premi e classifiche esterne sono la metrica più significativa dell'impatto del benessere sulla cultura aziendale. Che si tratti di vincere un premio come miglior luogo di lavoro o registrare valutazioni più alte su Glassdoor, il riconoscimento esterno manda un segnale chiaro e potente: la cultura dell'azienda sta prosperando e il wellbeing sta giocando un ruolo importante.

Per sfruttare questo aspetto, i team delle risorse umane possono monitorare e promuovere in modo proattivo i riconoscimenti incentrati sulla cultura aziendale, come:

- Recensioni su Glassdoor e Indeed, inclusi i trend relativi a parole chiave come "equilibrio tra lavoro e vita privata", "supporto dei leader" o "wellbeing"
- Premi e certificazioni dei datori di lavoro come Great Place to Work, Fortune Best Workplaces o riconoscimenti del settore.
- Sentiment sui social media, inclusi post di advocacy dei dipendenti e coinvolgimento positivo su contenuti relativi al benessere. Numerosi strumenti di social media permettono di analizzare i commenti ai post per calcolare un punteggio complessivo di sentiment.

E per un ulteriore passo avanti, è possibile integrare il riconoscimento esterno nella strategia:

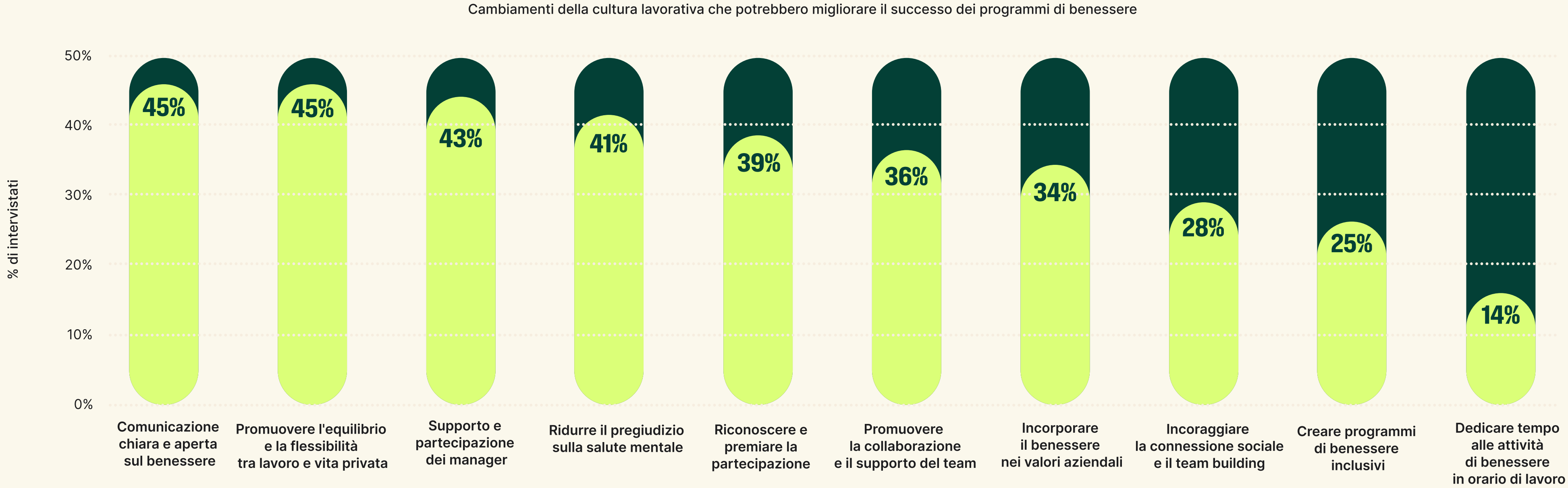
- Incoraggiando i dipendenti a condividere le loro esperienze su piattaforme come Glassdoor o LinkedIn
- Includendo il benessere come argomento di discussione nelle candidature ai premi e nelle attività di branding
- Utilizzando i riconoscimenti ottenuti nelle comunicazioni interne per rafforzare il valore del benessere e aumentare il morale

Quando i programmi di benessere portano a riconoscimenti pubblici e aumento della credibilità da parte di terzi, non solo rafforzano il branding, ma forniscono anche ai leader una prova tangibile di quanto sia efficace investire nello sviluppo della cultura aziendale.

3.2.3 Un successo sostenibile nel tempo

Una volta avviato un programma di benessere, cosa ne garantisce il successo a lungo termine? Un solido piano di implementazione e il supporto di partner esterni sono fondamentali, ma funzionano in modo più efficace quando la cultura aziendale abbraccia davvero il benessere. Secondo i CEO, non si tratta di carewashing o eventi isolati, ma di integrare il benessere nel DNA dell'azienda.

COMUNICAZIONE E FLESSIBILITÀ SONO LE MAGGIORI PRIORITÀ PER I CEO CHE VOGLIONO SUPPORTARE IL SUCCESSO DEI PROPRI PROGRAMMI



Il segnale più forte arriva dai vertici: il 45% dei CEO afferma che una comunicazione chiara e aperta sul benessere è essenziale, seguito da un altro 45% che dà priorità alla promozione dell'equilibrio tra lavoro e vita privata e della flessibilità lavorativa. Questi due aspetti vanno di pari passo. Se i dipendenti non conoscono l'offerta disponibile, o sentono di non avere tempo per sfruttarla, i tassi di coinvolgimento e partecipazione ne risentiranno. Per i CEO intervistati, l'awareness e l'accessibilità sono requisiti fondamentali, non qualcosa di accessorio.

Ma la comunicazione da sola non basta. Il 43% dei CEO afferma che il supporto della leadership è un fattore chiave per il successo di un programma. Ciò significa garantire presenza, parlare apertamente di benessere, partecipare alle iniziative e rafforzarne l'importanza. Quando i dirigenti promuovono comportamenti sani e sostengono pubblicamente il benessere, l'ondata positiva attraversa e influenza l'intera organizzazione.

Ridurre lo stigma è il passo successivo. E ce lo dimostra un dato molto significativo: il 41% dei CEO desidera assistere a conversazioni più aperte sulla salute mentale. Ciò riflette una crescente consapevolezza che la sicurezza psicologica riguarda anche il luogo di lavoro, non solo la sfera personale. I programmi di benessere non possono crescere senza visibilità. Per funzionare, devono vivere in un ambiente in cui la vulnerabilità viene accolta e sostenuta.

Anche il riconoscimento è importante. Il 39% dei CEO ritiene che riconoscere e premiare la partecipazione mantenga alto il livello di energia. E non parliamo solo di distribuire trofei e badge, ma rafforzare il messaggio che il benessere non rappresenta una distrazione dal lavoro, ma un motore in grado di migliorare i risultati. Un ringraziamento da parte di un manager o l'opportunità di essere riconosciuti in una riunione generale possono avere un impatto significativo.

La cultura aziendale si manifesta anche attraverso la collaborazione e la condivisione di valori. Il 36% dei CEO considera fondamentale promuovere il supporto dei team e il 34% desidera che il benessere sia integrato nei valori aziendali. Questi leader comprendono che il benessere non può essere confinato al dipartimento delle Risorse Umane. Deve trasparire dal modo in cui i team collaborano, da come viene definito il successo dell'azienda e da come i dipendenti si trattano a vicenda all'interno dell'organizzazione.

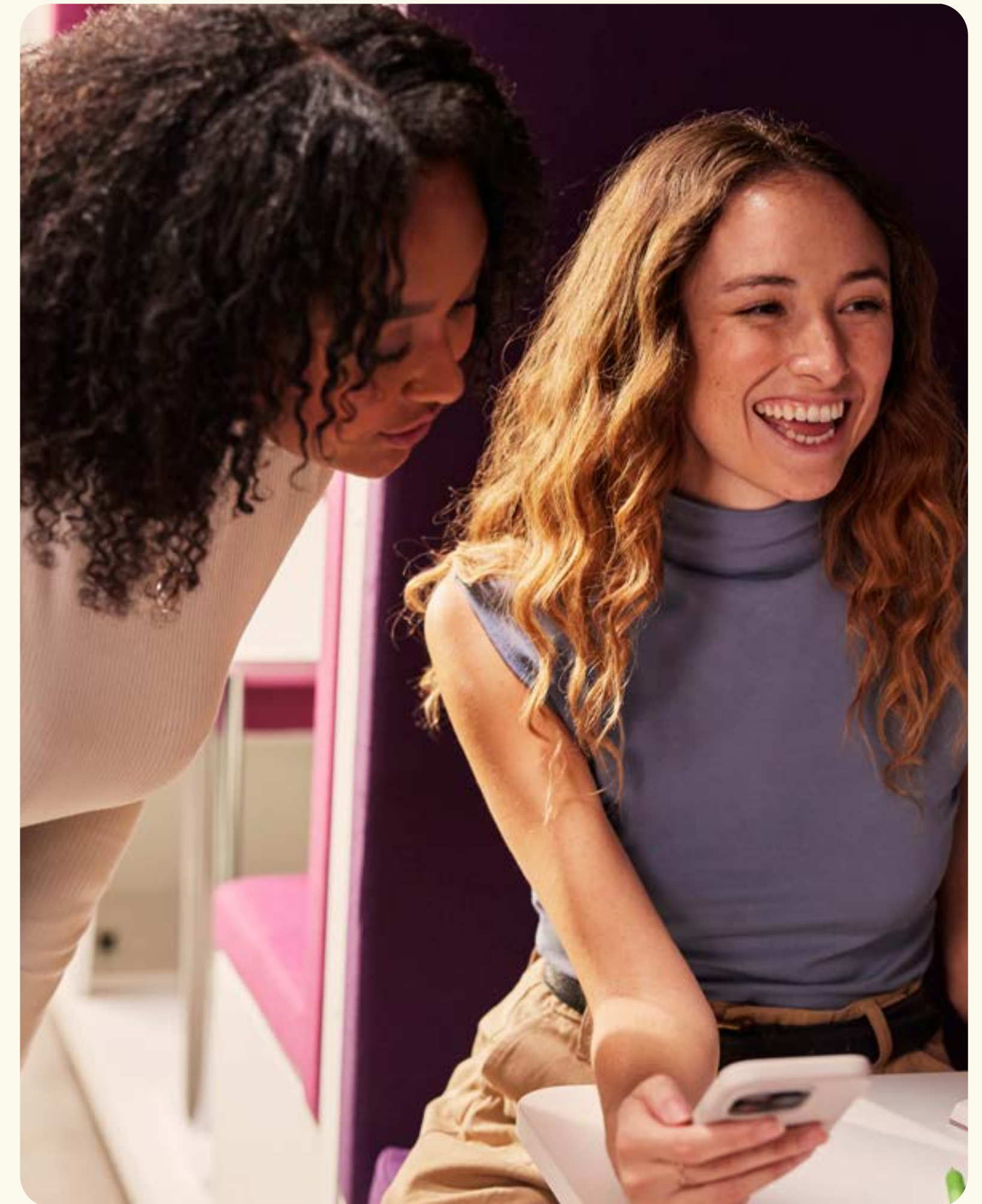
Connessione sociale (28%) e inclusività (25%) completano l'elenco dei fattori chiave della cultura aziendale. I CEO riconoscono che i programmi devono essere in linea con ruoli, identità e aree geografiche. Quando il benessere è visto come un valore sia individuale che collettivo, i dipendenti sono più motivati a prendervi parte.

Un dato emerge chiaramente: solo il 14% dei CEO afferma che dedicare tempo lavorativo al benessere è fondamentale per il successo. Questo non implica che il tempo non rappresenti una sfida, ma che la maggior parte dei leader considera il benessere come un elemento da integrare, non da trattare in modo isolato e che desiderano programmi in grado di integrarsi nel flusso della giornata lavorativa, senza interromperlo. Il messaggio sottinteso è chiaro: i CEO desiderano programmi di benessere in linea con il modo in cui si svolge l'attività lavorativa. Vedono il successo come una responsabilità condivisa, guidata dalle Risorse Umane, modellata dalla leadership e supportata da una cultura che valorizza l'equilibrio, la sicurezza e il senso di appartenenza. Per i leader delle Risorse Umane, questa rappresenta sia una sfida che un'opportunità. Il percorso verso un impatto a lungo termine non consiste solo nel lanciare nuovi programmi, ma anche nel riplasmare il modo in cui l'organizzazione concepisce la combinazione di lavoro e benessere.

IN CONCLUSIONE

I CEO stanno promuovendo programmi di benessere che offrono un impatto reale. Vogliono vedere una maggiore produttività, un maggiore coinvolgimento e costi inferiori. La parte migliore? Un programma efficiente è destinato a durare nel tempo. La soddisfazione e la partecipazione dei dipendenti sono parametri chiave del successo, insieme ai miglioramenti dei risultati e ai risparmi sull'assistenza sanitaria.

Ma il successo non si limita ai numeri: i dirigenti cercano anche vantaggi che si riflettono nella cultura generale dell'azienda, come un morale più alto, team più forti e un coinvolgimento più radicato. I team delle Risorse Umane che condividono dati chiari, approfondimenti in tempo reale e storie di successo significative garantiranno la crescita continua dei programmi di benessere e il miglioramento dei risultati dell'azienda.



3.3 Cosa spinge i CEO ad aumentare gli investimenti nel benessere

PUNTI CHIAVE

Immaginiamo che abbiate valutato i programmi di benessere insieme ai CEO, scegliendone uno, e ne stiate misurando il possibile impatto. Ora, come potete assicurarvi che la dirigenza alzi costantemente l'asticella ogni anno durante la determinazione del budget?

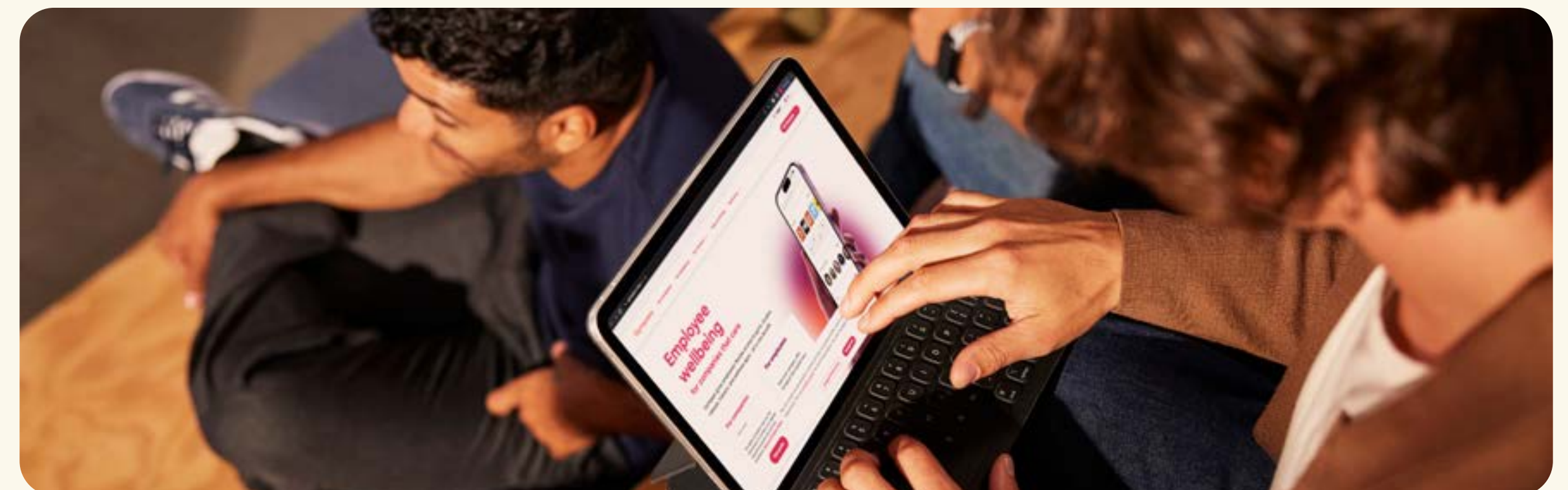
La chiave è che i CEO investono in ciò in cui credono e credono in ciò che possono sperimentare in prima persona. I finanziamenti più consistenti per il benessere provengono da leader che ne sperimentano i benefici direttamente e ne vedono chiaramente l'impatto sull'azienda. Salute personale, reporting periodico e un ROI chiaro trasformano il benessere da un optional a un must.

Per le Risorse Umane, la formula è semplice: coinvolgere il CEO, mostrando i dati che attestano che il benessere è una risorsa per l'azienda. Quando i leader sono i primi a prosperare, allora cresce anche l'investimento

NEL DETTAGLIO

Dove il benessere incontra i risultati

I leader delle Risorse Umane che sostengono questo concetto e lo supportano con numeri concreti, aggiornamenti frequenti e una pianificazione intelligente del budget ricevono gli investimenti più consistenti. I CEO sono molto più propensi a investire nel benessere quando hanno la convinzione e la sicurezza che porti a risultati tangibili e misurabili. Tra il 78% dei CEO che considerano il benessere un investimento, quattro su cinque (80%) prevedono di aumentare i finanziamenti l'anno prossimo. Al contrario, tra il 22% che lo considera una spesa, solo il 65% prevede di aumentare gli investimenti. D'altro canto, lo scetticismo ha conseguenze concrete. I CEO che dubitano dell'impatto dei programmi di benessere hanno cinque volte più probabilità di tagliare il budget (15% rispetto al 3%) o di rinunciarvi completamente (15% rispetto all'1%).



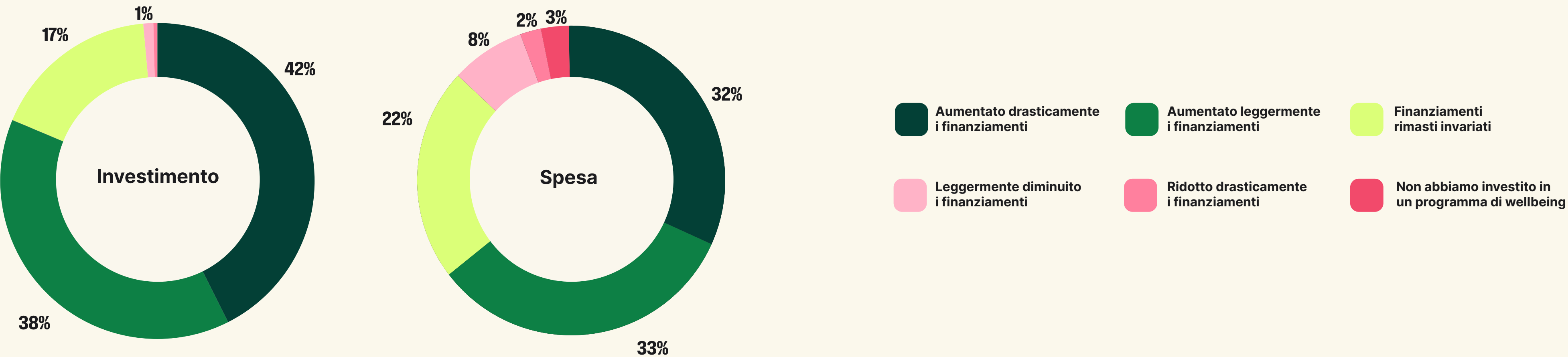
Il modo in cui i CEO percepiscono il benessere, come investimento o spesa, non influisce solo sulla decisione di investire, ma anche sull'entità dell'importo destinato.

I leader che considerano il benessere un fattore strategico per i risultati aziendali tendono a finanziarlo di conseguenza. Ben l'80% dei CEO che considerano il

benessere un investimento aziendale ha aumentato il budget lo scorso anno, con il 42% che ha optato per aumenti significativi. Solo il 65% di coloro che lo considerano una spesa ha aumentato i finanziamenti e meno di un terzo ha approvato aumenti significativi (32%).

I CEO CHE CONSIDERANO I PROGRAMMI DI BENESSERE UN INVESTIMENTO SONO PIÙ PROPENSI AD AUMENTARE L' INVESTIMENTO RISPETTO A QUELLI CHE LI RITENGONO UNA MERA SPESA

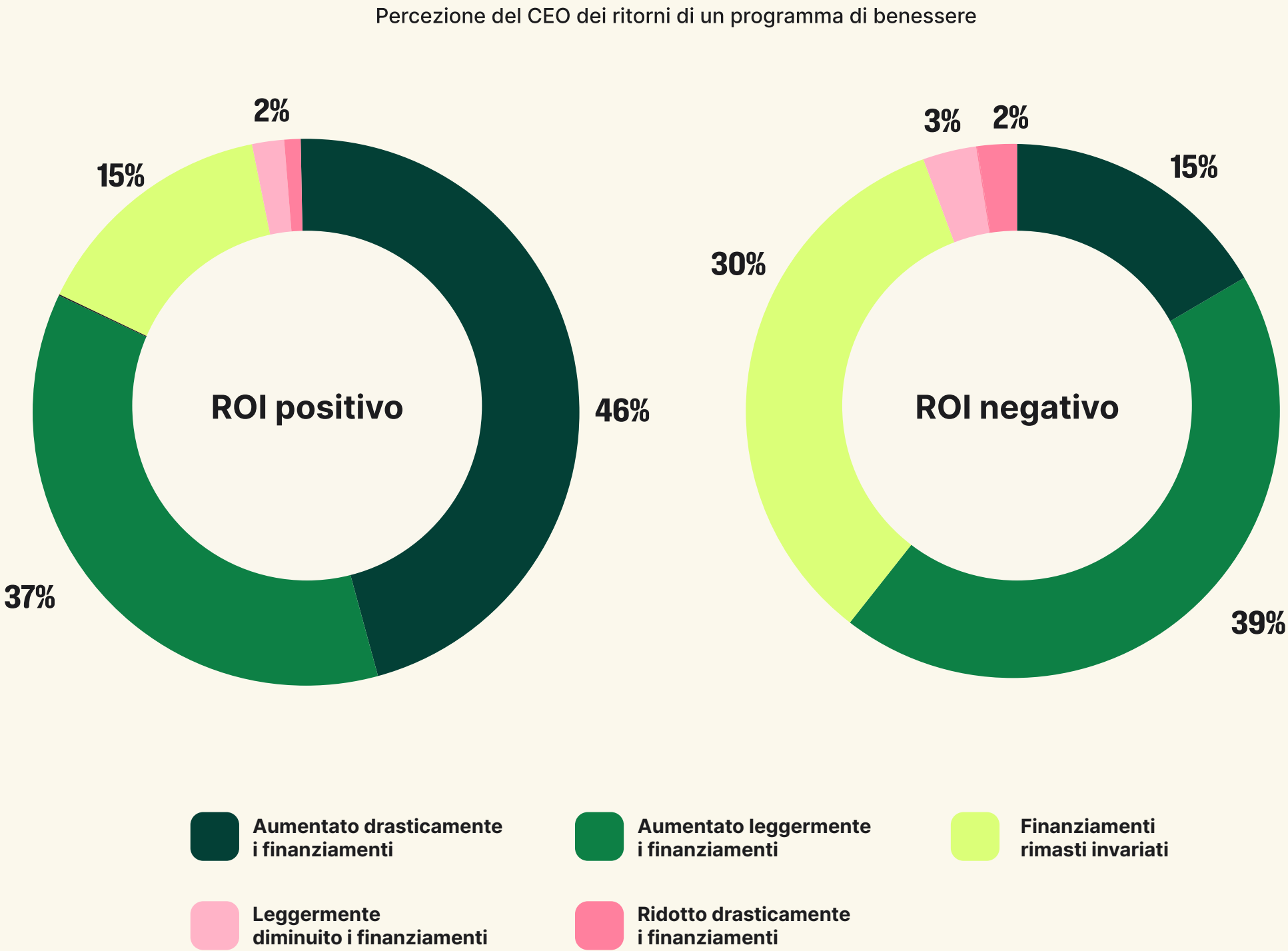
Come i CEO vedono i programmi di benessere



Ritorno sull'investimento

Il trend è ancora più evidente tra i CEO che riportano un ROI positivo: l'83% ha incrementato i finanziamenti e quasi la metà (46%) ha allocato cifre rilevanti. Anche tra coloro che hanno riferito un ritorno negativo, più della metà (54%) ha comunque alzato il budget, sebbene in modo molto più cauto, con solo il 15% che ha effettuato aumenti significativi.

I CEO CHE RISCOSTRANO UN ROI POSITIVO DAI PROPRI PROGRAMMI DI BENESSERE SONO PIÙ PROPENSI AD AVER AUMENTATO I BUDGET PER IL BENESSERE L'ANNO SCORSO RISPETTO A QUELLI CHE NE RISCOSTRANO UNO NEGATIVO



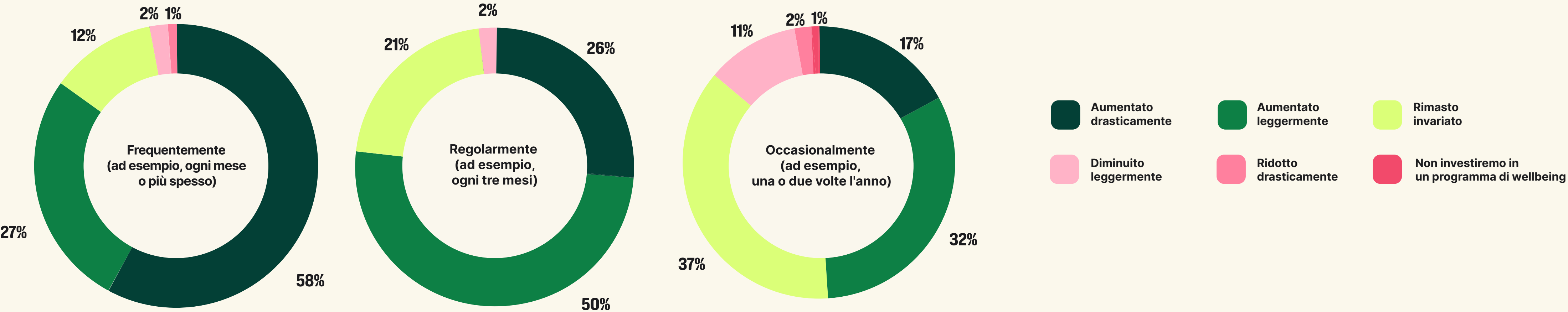
Frequenza di reporting

Una delle armi più potenti per ottenere finanziamenti per il benessere è il reporting frequente dell'impatto e dei risultati che si stanno ottenendo. Quando i CEO ricevono aggiornamenti regolari, passano all'azione. E non si limitano ad aumentare i budget, ma sostengono anche i programmi in modo significativo. Il 58% di questi leader ha approvato aumenti significativi, rispetto a solo il 27% che ha apportato

modifiche minori. Gli aggiornamenti trimestrali continuano a funzionare, ma non hanno la stessa efficacia: il 76% di questi CEO ha aumentato i finanziamenti, con solo il 26% che ha approvato aumenti significativi. Se si aspetta troppo a lungo per comunicare i contributi di un programma di benessere alla performance, la correlazione si indebolisce. Solo il 49% dei CEO che ricevono aggiornamenti occasionali ha aumentato i budget, mentre un numero molto inferiore ha approvato aumenti significativi.

QUANTO PIÙ FREQUENTEMENTE I CEO RICEVONO AGGIORNAMENTI SULL'IMPATTO DEL PROPRIO PROGRAMMA DI BENESSERE, TANTO PIÙ È PROBABILE CHE NE ABBIANO AUMENTATO I FINANZIAMENTI DALL'ANNO SCORSO

Frequenza degli aggiornamenti impatto programma



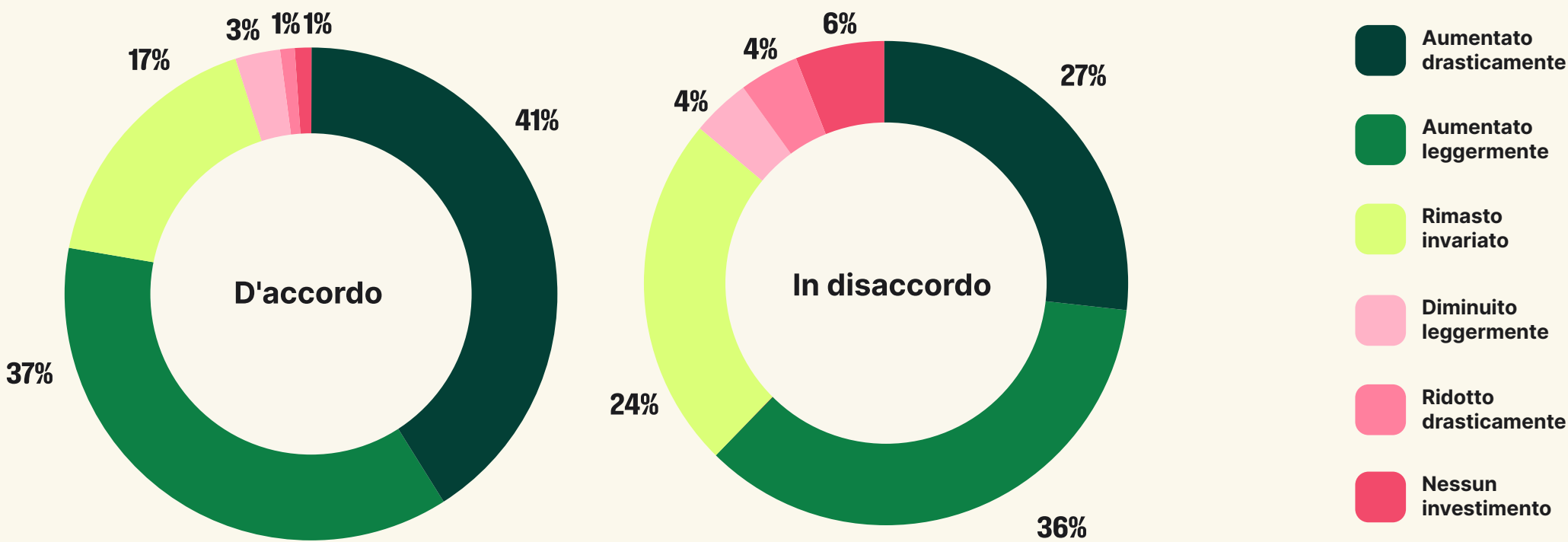
Gestione dei talenti

I finanziamenti per il benessere sono anche legati alla strategia di gestione dei talenti. I CEO che vedono nel benessere un motore per l’acquisizione dei migliori talenti sono stati significativamente più inclini a espandere i budget (78%) rispetto a chi non lo ritiene tale (63%). Lo stesso vale per la fidelizzazione: il 78% dei CEO che considerano il benessere un fattore chiave per la fidelizzazione ha aumentato i finanziamenti, e coloro che credono maggiormente in questa correlazione hanno allocato somme non indifferenti. Un impressionante 86% dei CEO che credono fermamente nel legame tra benessere e fidelizzazione ha aumentato i finanziamenti, con oltre la metà (56%) che ha ottenuto aumenti significativi.

Quindi, come possiamo convincere il CEO a investire di più nel benessere? Comunicando l'impatto di questi programmi sulla gestione dei talenti.

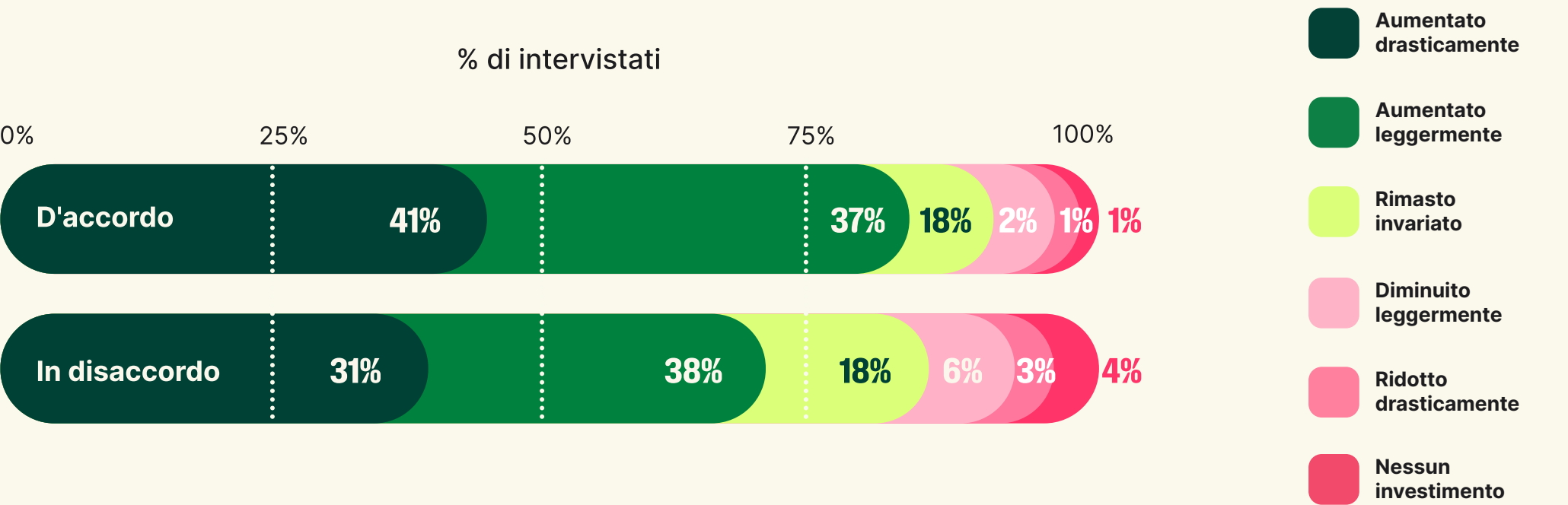
I CEO CHE CREDONO NELL'IMPATTO DEI PROGRAMMI DI BENESSERE SUL RECRUITING SONO PIÙ INCLINI AD APPROVARE DEGLI AUMENTI DI BUDGET RELATIVI A QUESTO ARGOMENTO

Le persone in cerca di lavoro prenderanno in considerazione l'idea di lavorare per la mia azienda solo nel caso in cui diamo realmente importanza al benessere dei dipendenti.



I CEO CHE CREDONO CHE I PROGRAMMI DI BENESSERE INFLUENZINO LA FIDELIZZAZIONE DEI TALENTI SONO PIÙ INCLINI AD APPROVARE DEGLI AUMENTI DI BUDGET RELATIVI A QUESTO ARGOMENTO

Grado di accordo con la seguente affermazione: "I miei dipendenti prenderebbero in considerazione l'idea di lasciare l'azienda se non ci occupassimo del loro benessere."

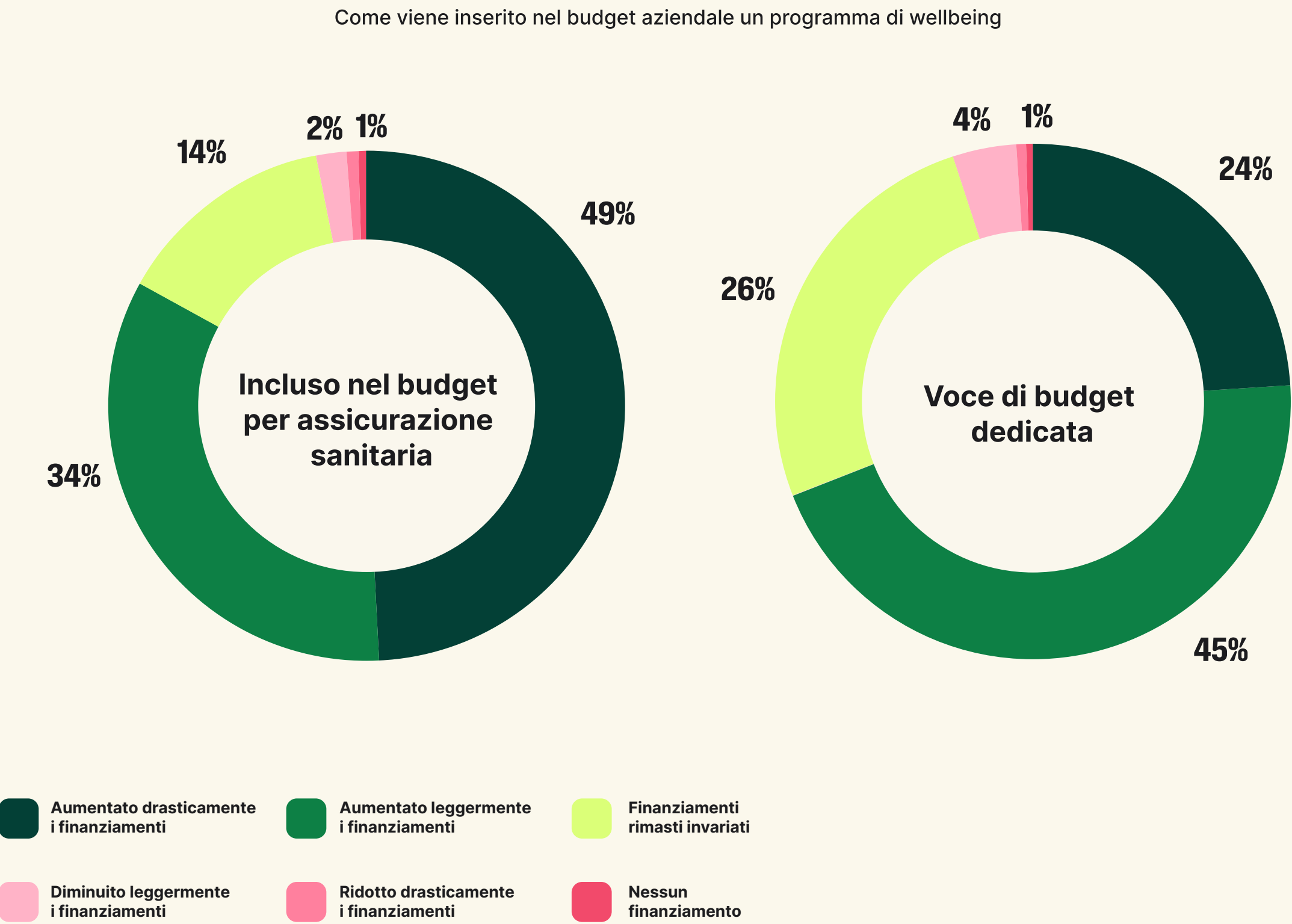


Pianificazione del budget per l'assistenza sanitaria

La distribuzione del budget rappresenta un ulteriore elemento strategico nascosto. Quando i programmi di benessere sono integrati nei budget per l'assistenza sanitaria, i CEO sono molto più propensi ad approvare aumenti dei finanziamenti (83%), con quasi la metà (49%) che approva incrementi significativi.

Confrontando questo dato con i programmi di benessere trattati come una voce separata nel budget delle Risorse Umane, vediamo che, in questo caso, solo il 69% ha aumentato i finanziamenti e meno di un quarto (24%) ha ottenuto incrementi significativi. La morale della storia è che il modo in cui il benessere viene categorizzato conta davvero. Quando i programmi sono integrati nel budget per l'assistenza sanitaria, è più probabile che vengano considerati come interventi sanitari preventivi, essenziali per la gestione dei costi e il miglioramento dei risultati. Ma quando il benessere è isolato nel budget delle Risorse Umane, accanto a voci come gadget aziendali o eventi di team building, rischia di essere percepito come un benefit opzionale. Inquadrare il benessere come un investimento strategico in ambito sanitario può conferirgli maggiore credibilità e maggiori possibilità di finanziamento a lungo termine.

I PROGRAMMI DI BENESSERE IL CUI BUDGET RIENTRAVA NELL'ASSISTENZA SANITARIA PER I DIPENDENTI HANNO AVUTO MAGGIORI PROBABILITÀ DI RICEVERE AUMENTI DI FONDI SIGNIFICATIVI RISPETTO A QUELLI CON UNA VOCE DI BILANCIO DEDICATA



3.3.2 Toccare con mano per credere davvero

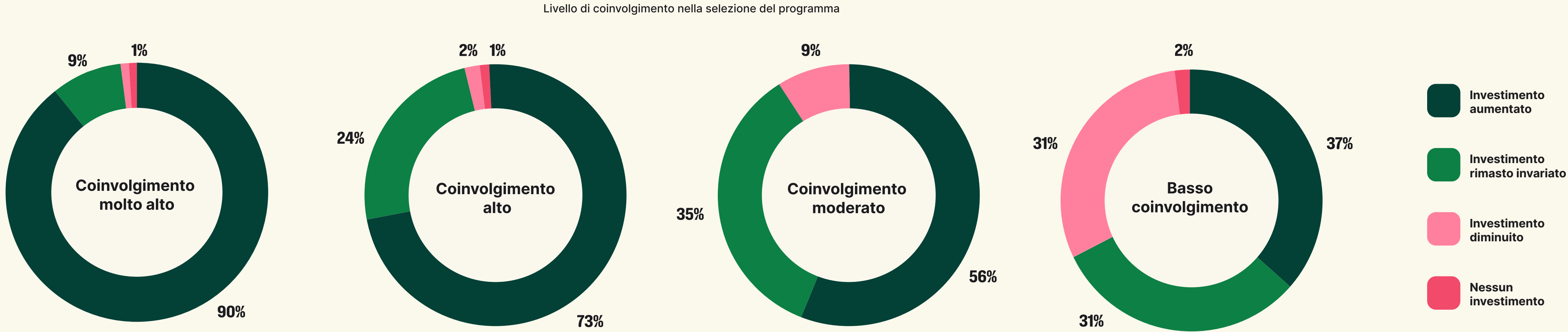
Il coinvolgimento personale di un CEO in un programma determina l'eventuale aumento o riduzione del suo appoggio e dei finanziamenti che verranno destinati a tale tipo di programma. I leader che si sentono meglio fisicamente e mentalmente sono anche quelli più propensi a investire in modo significativo nei programmi di benessere dei dipendenti. Al contrario, quando un dirigente ha problemi di salute, l'investimento nel benessere a livello aziendale tende a subire un duro colpo.

Ma la relazione non è unidirezionale: i dati suggeriscono un potente circolo vizioso tra benessere personale, coinvolgimento diretto nei programmi di benessere e investimento a lungo termine. Quando un CEO è profondamente coinvolto nella scelta di un programma di benessere, è più probabile che questo sia in linea con le sue esigenze di salute. Questo a sua volta può aumentare la probabilità che si impegni attivamente nel programma, comportando un miglioramento del proprio benessere personale. Man mano che la sua salute migliora, sperimenta in prima persona il legame tra benessere e risultati sul luogo di lavoro, una consapevolezza che rafforza il suo impegno a investire in modo continuativo.



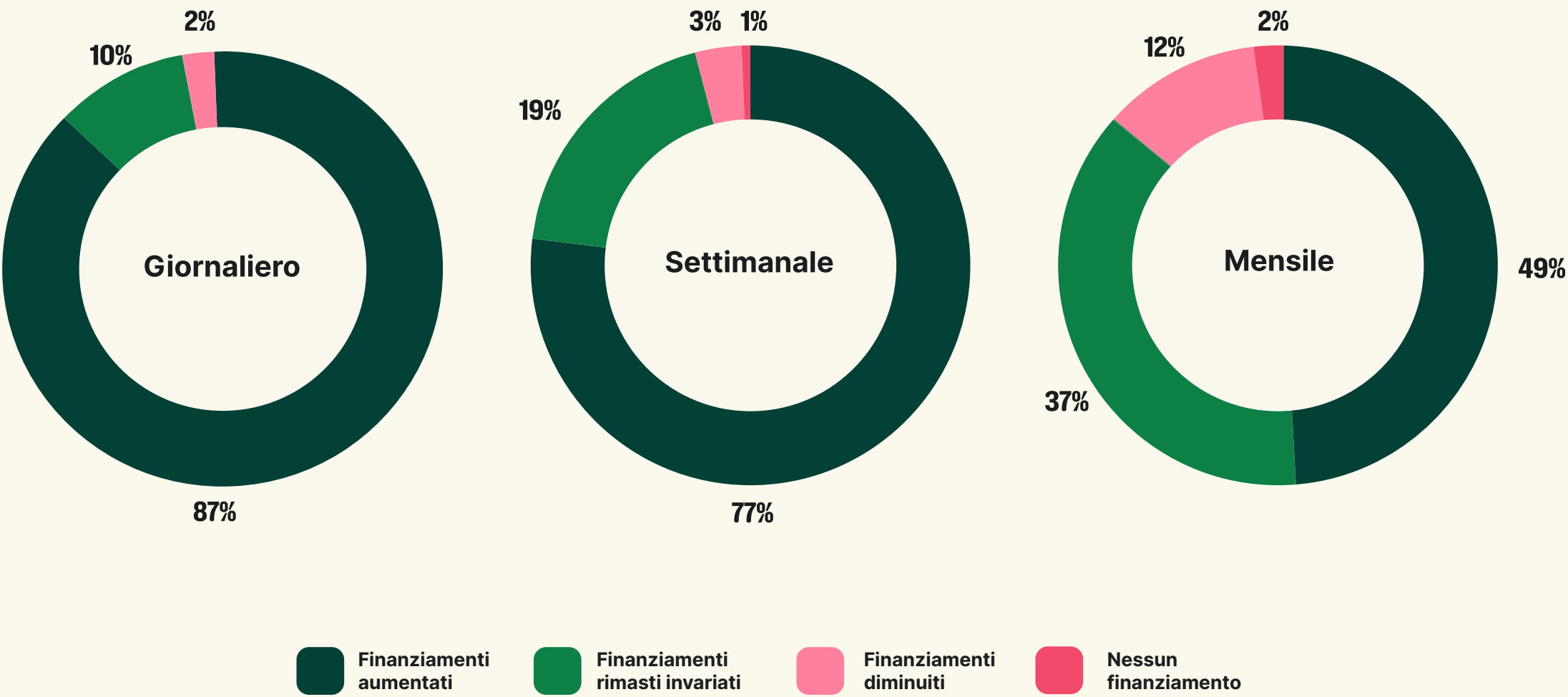
In breve, sebbene il benessere personale di un CEO non sia un indicatore diretto del benessere dell'intera azienda, è comunque un prerequisito per un investimento sostanziale e duraturo.

QUANTO PIÙ UN CEO ERA COINVOLTO NELLA SELEZIONE DI UN PROGRAMMA DI BENESSERE, TANTO PIÙ ERA PROBABILE CHE AVESSE AUMENTATO I FINANZIAMENTI PER QUEL PROGRAMMA DI BENESSERE



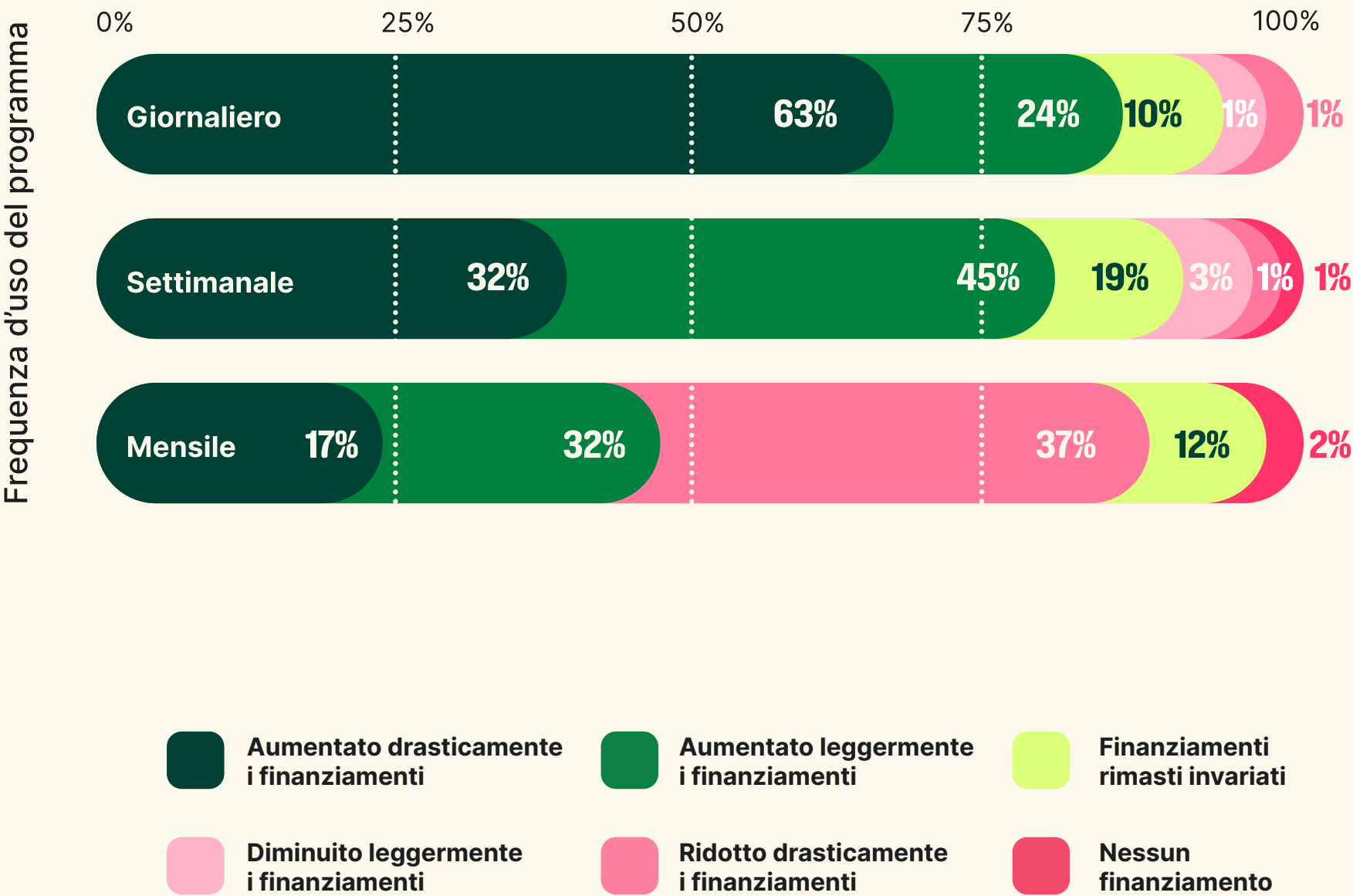
PIÙ SPESSO UN CEO UTILIZZA UN PROGRAMMA WELLHUB, TANTO PIÙ È PROBABILE CHE ABBAIA AUMENTATO I FINANZIAMENTI

Frequenza d'uso del programma



UN ALTO LIVELLO DI ENGAGEMENT DEI CEO PORTA A ALTI FINANZIAMENTI

% di intervistati

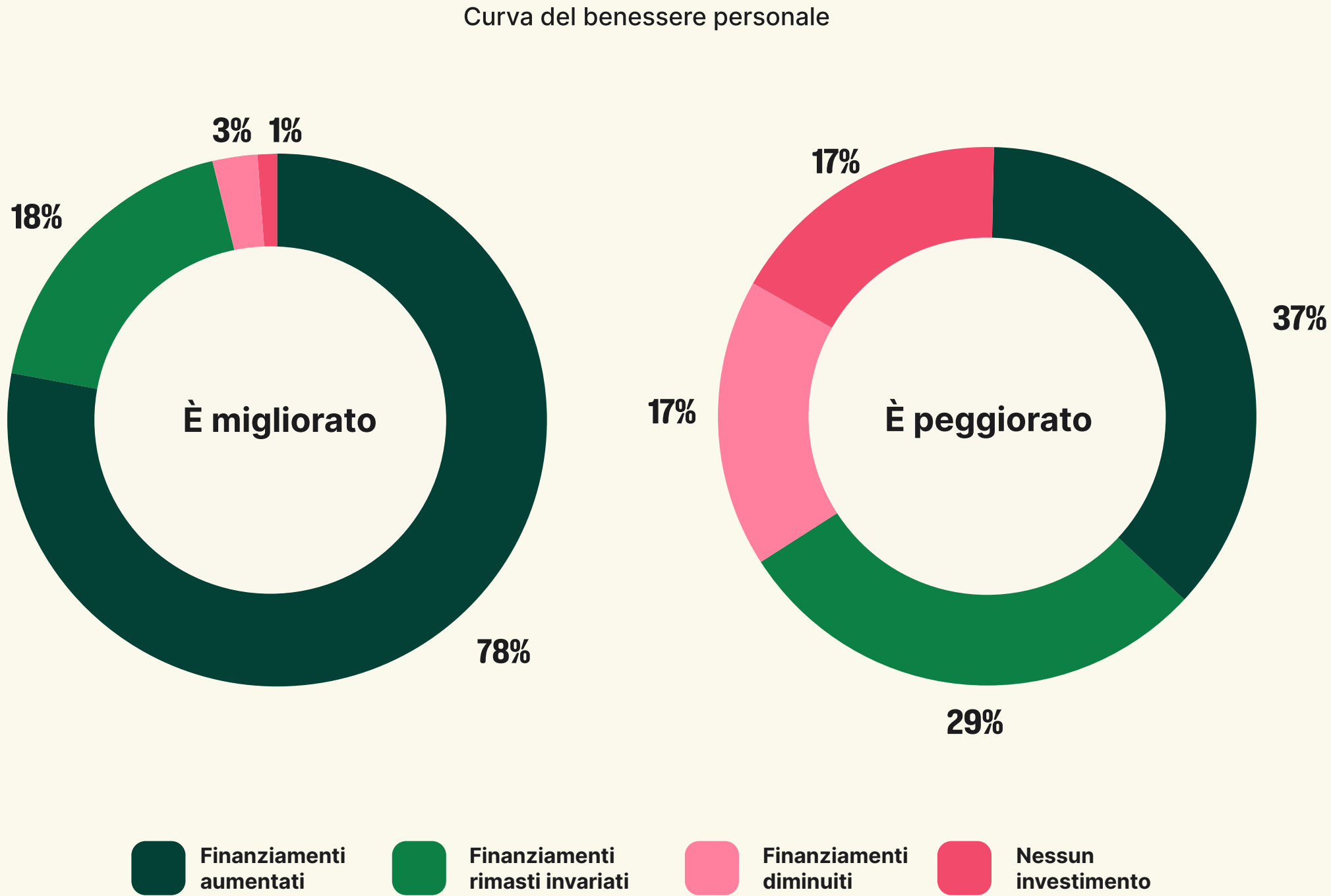


Se spostiamo il focus sulle aziende che hanno **aumentato significativamente** i loro investimenti nei programmi di benessere, è evidente che i loro CEO hanno maggiori probabilità di crescita. Questi dirigenti operano da una posizione di forza e riconoscono il valore di trasmettere tale forza ai propri dipendenti.

Un sorprendente 78% di questi leader valuta il proprio benessere generale come eccellente, mentre meno dell'1% riferisce una condizione di salute precaria. Questo numero sorprendentemente alto è indice di un cambiamento nel modo in cui dirigenti ai vertici percepiscono i risultati. Questa nuova di generazione di CEO non investe solo nel benessere dei propri team, ma lo vive in prima persona, perché hanno scoperto che dare priorità al benessere personale offre loro un vantaggio più netto, una maggiore concentrazione e una maggiore capacità di resistenza.

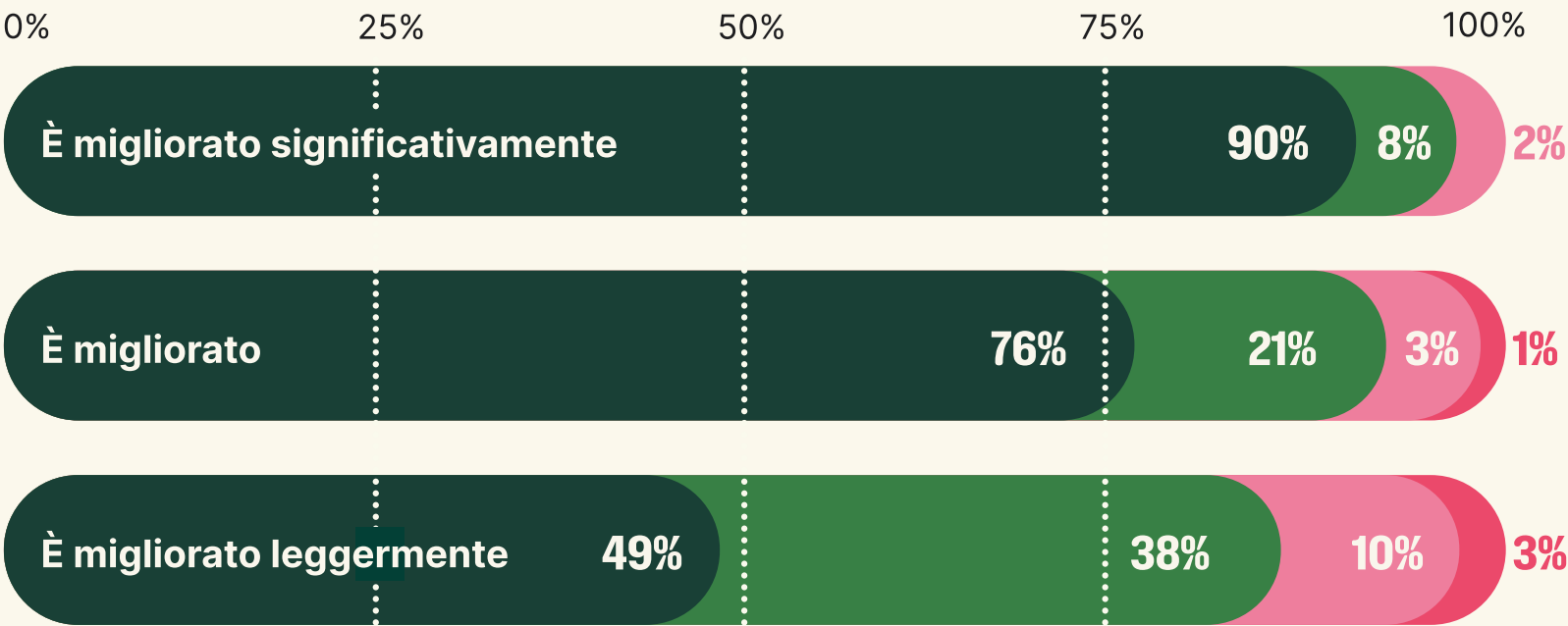
Questa tendenza si estende a ogni sfera del benessere. Tra i CEO che hanno significativamente incrementato i finanziamenti, il 69% dichiara di godere di un'eccellente salute mentale, mentre meno dell'1% riporta una salute mentale scarsa o molto scarsa. Un andamento analogo si osserva per la loro forma fisica (66% contro meno dell'1%), la qualità del sonno (59% contro meno dell'1%) e le abitudini alimentari (65% contro meno dell'1%).

I CEO IL CUI BENESSERE È MIGLIORATO NELL'ANNO TRASCORSO SONO STATI PIÙ INCLINI AD AUMENTARE I FINANZIAMENTI DEDICATI AL BENESSERE AZIENDALE



QUANTO MAGGIORE È STATO IL MIGLIORAMENTO DEL BENESSERE PERSONALE DI UN CEO NELL'ULTIMO ANNO, TANTO MAGGIORE È STATO L'AUMENTO DEL SUO INVESTIMENTO NEL PROGRAMMA

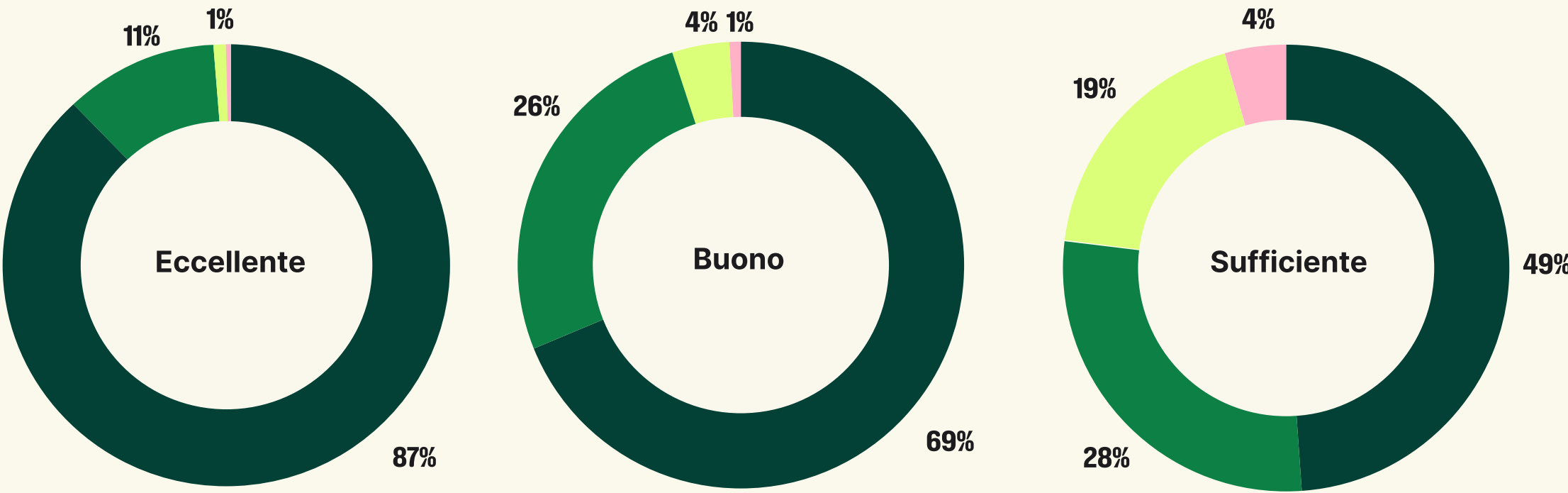
% di intervistati



Finanziamenti aumentati Finanziamenti rimasti invariati Finanziamenti diminuiti Nessun finanziamento

QUANTO PIÙ ELEVATO È IL BENESSERE GENERALE DI UN CEO, TANTO PIÙ È PROBABILE CHE ABBAIA AUMENTATO I FINANZIAMENTI PER IL PROGRAMMA DI BENESSERE

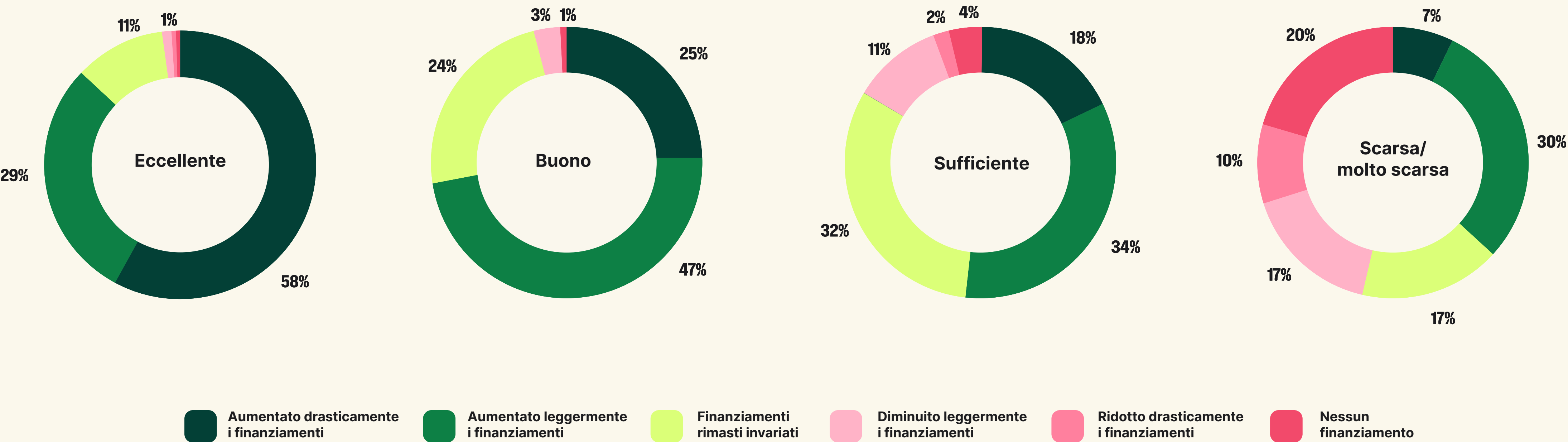
Livello di benessere generale



Finanziamenti aumentati Finanziamenti rimasti invariati Finanziamenti diminuiti Nessun finanziamento

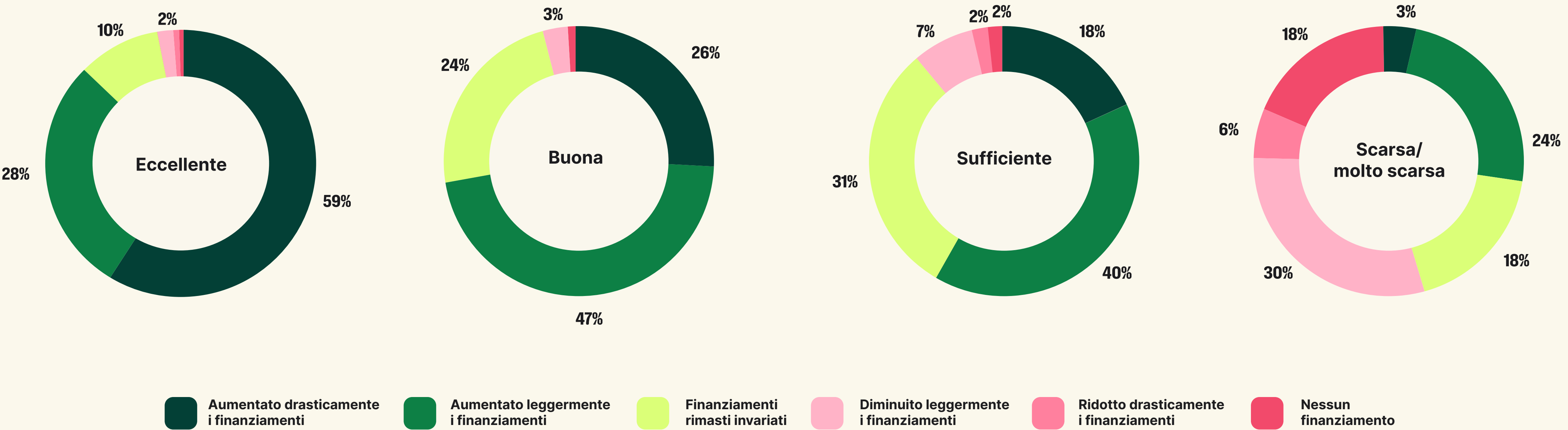
QUANTO PIÙ ELEVATA È LA VALUTAZIONE CHE UN CEO DÀ DEL PROPRIO BENESSERE MENTALE, TANTO PIÙ ERA PROBABILE CHE AVESSE AUMENTATO I FINANZIAMENTI PER IL PROGRAMMA DI BENESSERE

Valutazione benessere mentale



QUANTO PIÙ ELEVATA È LA VALUTAZIONE CHE UN CEO DÀ DELLA PROPRIA FORMA FISICA, TANTO PIÙ ERA PROBABILE CHE AVESSE AUMENTATO I FINANZIAMENTI PER IL PROGRAMMA DI BENESSERE

Valutazione forma fisica



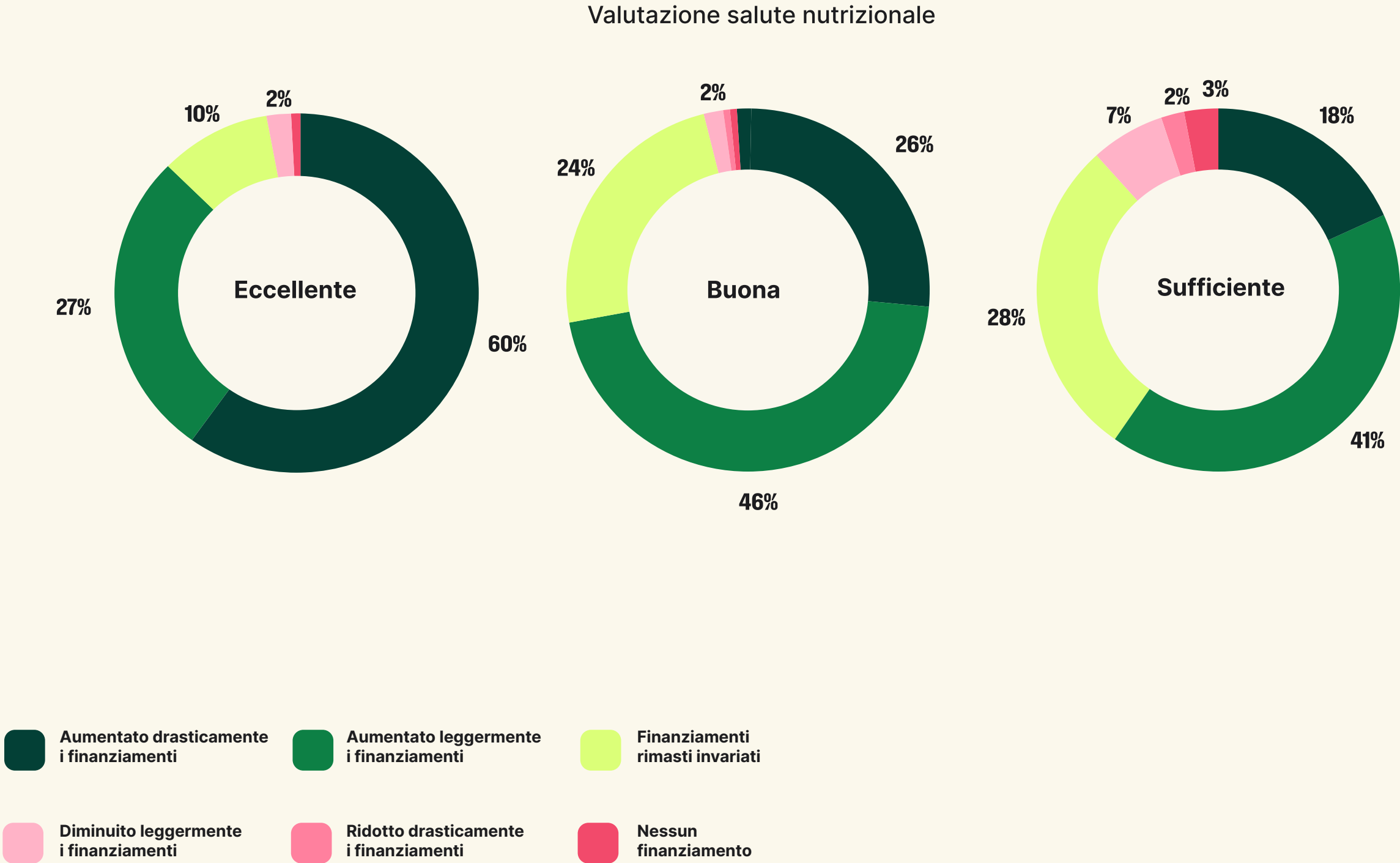
Se si confronta questo dato con quello dei CEO che hanno tagliato i budget per i programmi di benessere dall'anno scorso, il quadro appare molto diverso. Questi leader, infatti, sono quelli che mostrano maggiori difficoltà nel proprio benessere, un aspetto che si riflette direttamente nelle loro decisioni di finanziare i programmi di benessere aziendali.

La differenza tra i CEO che hanno tagliato i fondi per il benessere e quelli che li hanno aumentati è evidente. Tra i leader delle aziende che hanno *aumentato* significativamente gli investimenti, il 78% valuta il proprio benessere generale come eccellente e meno dell'1% dichiara di avere una salute precaria. Mentre nelle aziende che hanno *ridotto* i finanziamenti, questa percentuale scende ad appena il 39%.

Il divario nel benessere mentale è ancora più pronunciato. Il 69% dei CEO che hanno aumentato gli investimenti afferma di avere una salute mentale eccellente, rispetto ad appena il 38% di coloro che hanno tagliato il budget. Ma non finisce qui; quasi un quarto (23%) del gruppo che ha tagliato il budget dichiara un benessere mentale scarso o molto scarso. La stessa situazione si verifica se ci si sofferma sulla salute fisica: il 66% dei CEO che aumentano gli investimenti valuta la propria forma fisica come eccellente, mentre solo il 39% di coloro che tagliano i finanziamenti afferma lo stesso.

La qualità del sonno rappresenta un altro importante divario. Il 59% dei CEO

QUANTO PIÙ ELEVATA È LA VALUTAZIONE CHE UN CEO DÀ DELLA PROPRIA NUTRIZIONE, TANTO PIÙ ERA PROBABILE CHE AVESSE AUMENTATO I FINANZIAMENTI PER IL PROGRAMMA DI BENESSERE

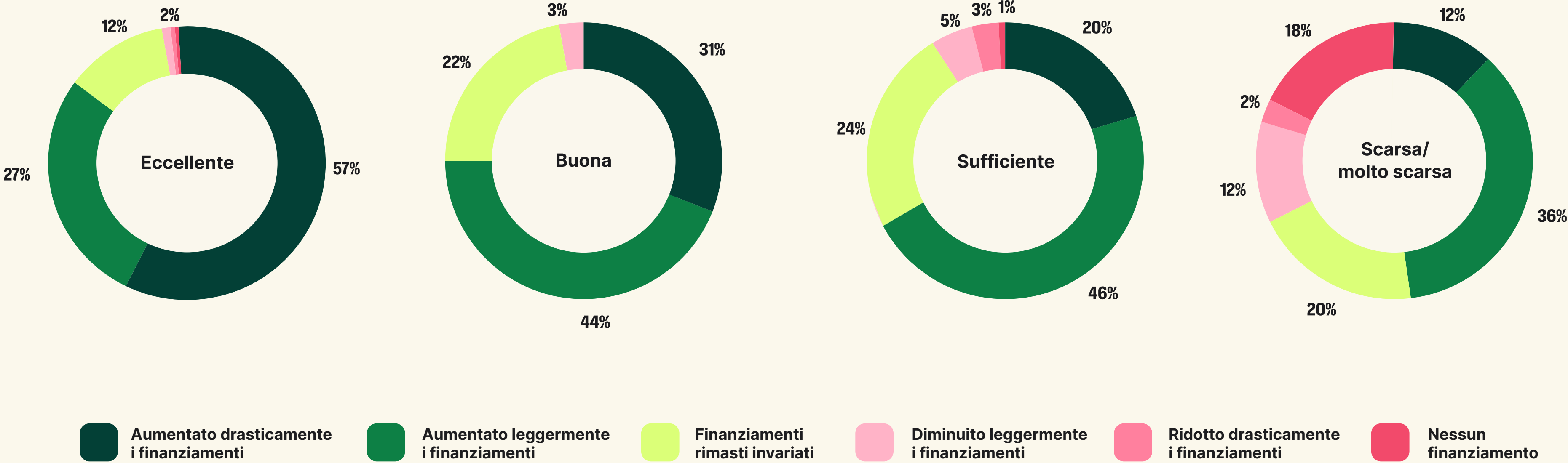


che aumentano gli investimenti nel benessere afferma di dormire in modo eccellente, mentre solo il 31% dei CEO che tagliano i finanziamenti può affermare lo stesso. E l'8% del gruppo che ha tagliato il budget dichiara

una qualità del sonno scarsa o molto scarsa, ovvero oltre otto volte superiore rispetto ai colleghi più attenti al benessere.

QUANTO PIÙ ELEVATA È LA VALUTAZIONE CHE UN CEO DÀ DEL PROPRIO SONNO, TANTO PIÙ ERA PROBABILE CHE AVESSE AUMENTATO I FINANZIAMENTI PER IL PROGRAMMA DI BENESSERE

Valutazione salute del sonno



Il messaggio è chiaro: i CEO che investono di più nel benessere dei dipendenti sono quelli che crescono anche a livello personale, in ogni sfera della salute. Chi si tira indietro, al contrario, ne subisce le conseguenze dirette.

Per i responsabili HR che puntano a ottenere maggiori fondi per il benessere, è cruciale cogliere questa dinamica. Un CEO che sperimenta in prima persona i benefici del benessere è molto più propenso a promuoverlo internamente. Incoraggiare la partecipazione dei dirigenti ai programmi di benessere aziendale, fornendo dati su come il benessere influisce sui risultati della leadership e inquadrare il benessere come un investimento sia personale che organizzativo, può rappresentare un valido stimolo per incrementare i finanziamenti. In sintesi, un CEO in salute è un'autentica risorsa per l'intera azienda.

IN CONCLUSIONE

I CEO che considerano il benessere un investimento aziendale lo supportano concretamente e in modo significativo. I leader che riconoscono il legame tra la qualità della vita dei dipendenti (incluso il loro stesso benessere) e il successo dell'azienda hanno quasi il doppio delle probabilità di incrementare i budget. Report frequenti sui risultati, un approccio intelligente alla gestione del budget e un ROI chiaro sono i fattori che guidano l'aumento degli stanziamenti.

L'esperienza personale è altresì fondamentale. I CEO che danno priorità alla propria salute sono i più convinti promotori del benessere, mentre chi affronta

difficoltà in quest'ambito tende a tagliare i finanziamenti, e quindi ad agire un po' da detrattore.

In sintesi, i leader delle Risorse Umane che aiutano i CEO a sperimentare in prima persona il potere del benessere e supportano le loro tesi con dati concreti riceveranno approvazioni di budget più consistenti e investimenti a lungo termine. Il successo di un CEO guida il successo della sua azienda.



4 Il ruolo del CEO nel benessere dell'azienda

4.1 Uno sguardo al benessere dei CEO

PUNTI CHIAVE

I CEO segnalano un benessere generale alle stelle, e questo non è un caso, ma il risultato di abitudini e scelte consapevoli in materia di salute mentale e fisica, qualità del sonno e alimentazione, fatte grazie a specifici programmi. Questi risultati evidenziano chiaramente come le pratiche di wellbeing mirate contribuiscano a una leadership duratura.

Tuttavia, c'è un grande "ma": si osserva un divario sempre più marcato tra la condizione dei CEO e quella della loro forza lavoro. Nonostante i leader godano di un benessere elevatissimo, tendono a dare per scontato che anche i dipendenti siano altrettanto appagati, ma la realtà si presenta ben differente.

Per supportare veramente i propri dipendenti, i leader delle Risorse Umane devono basare le proprie intuizioni su dati concreti, promuovendo soluzioni che rispecchino la reale esperienza dei lavoratori, anziché le mere supposizioni dei dirigenti. Le organizzazioni che colmeranno questo divario definiranno il futuro

del benessere sul luogo di lavoro mantenendo il coinvolgimento dei migliori talenti, minimizzando il burnout e sviluppando una cultura in cui risultati e crescita personale sono intrinsecamente legati.



NEL DETTAGLIO

4.1.1 Benessere generale

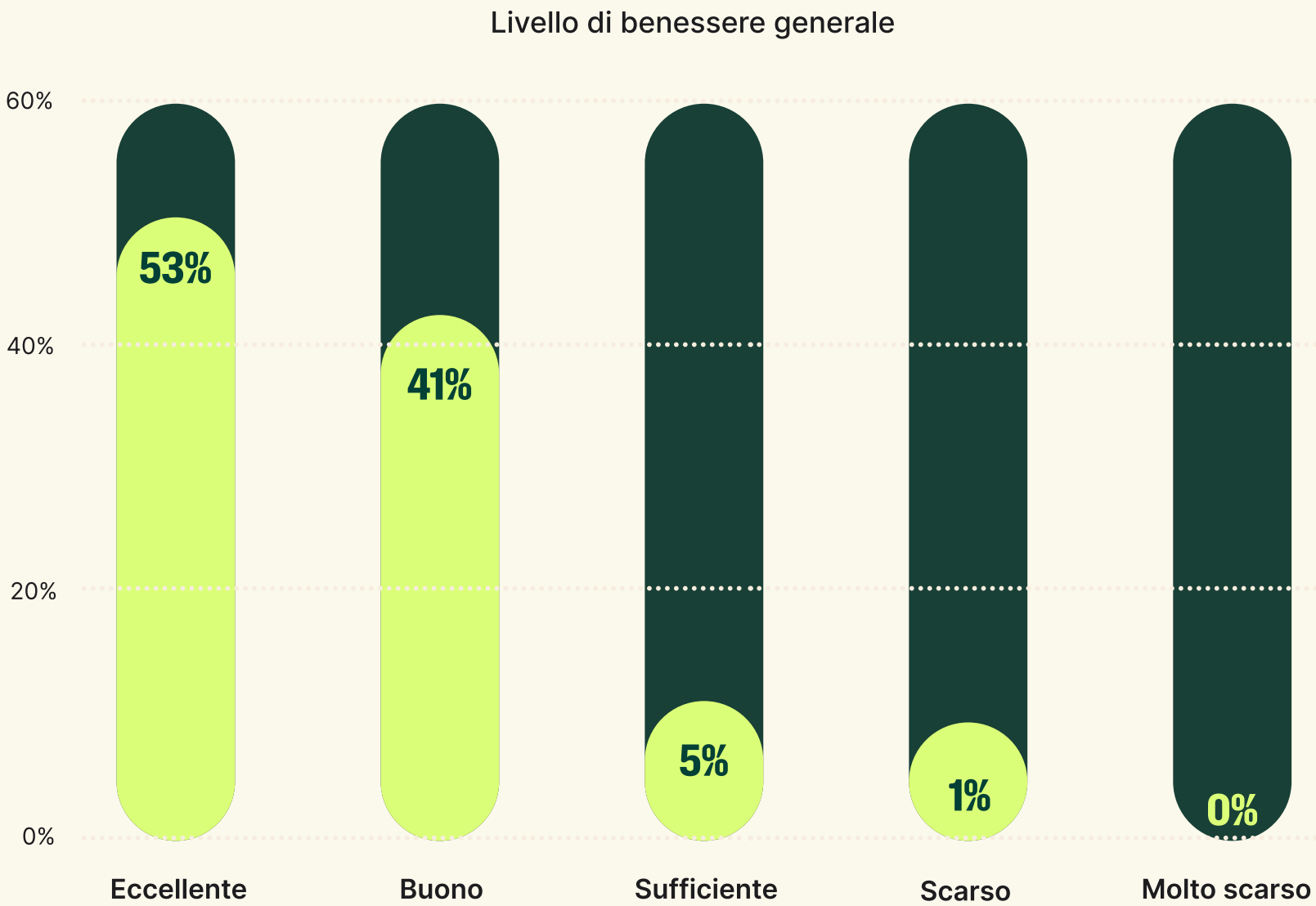
I CEO affermano di trovarsi in una fase di massimo benessere: il 53% valuta il proprio benessere generale come eccellente e il 41% segnala miglioramenti significativi nell'ultimo anno. In un ruolo caratterizzato da una pressione costante, questi numeri saltano all'occhio.

Cosa è cambiato?

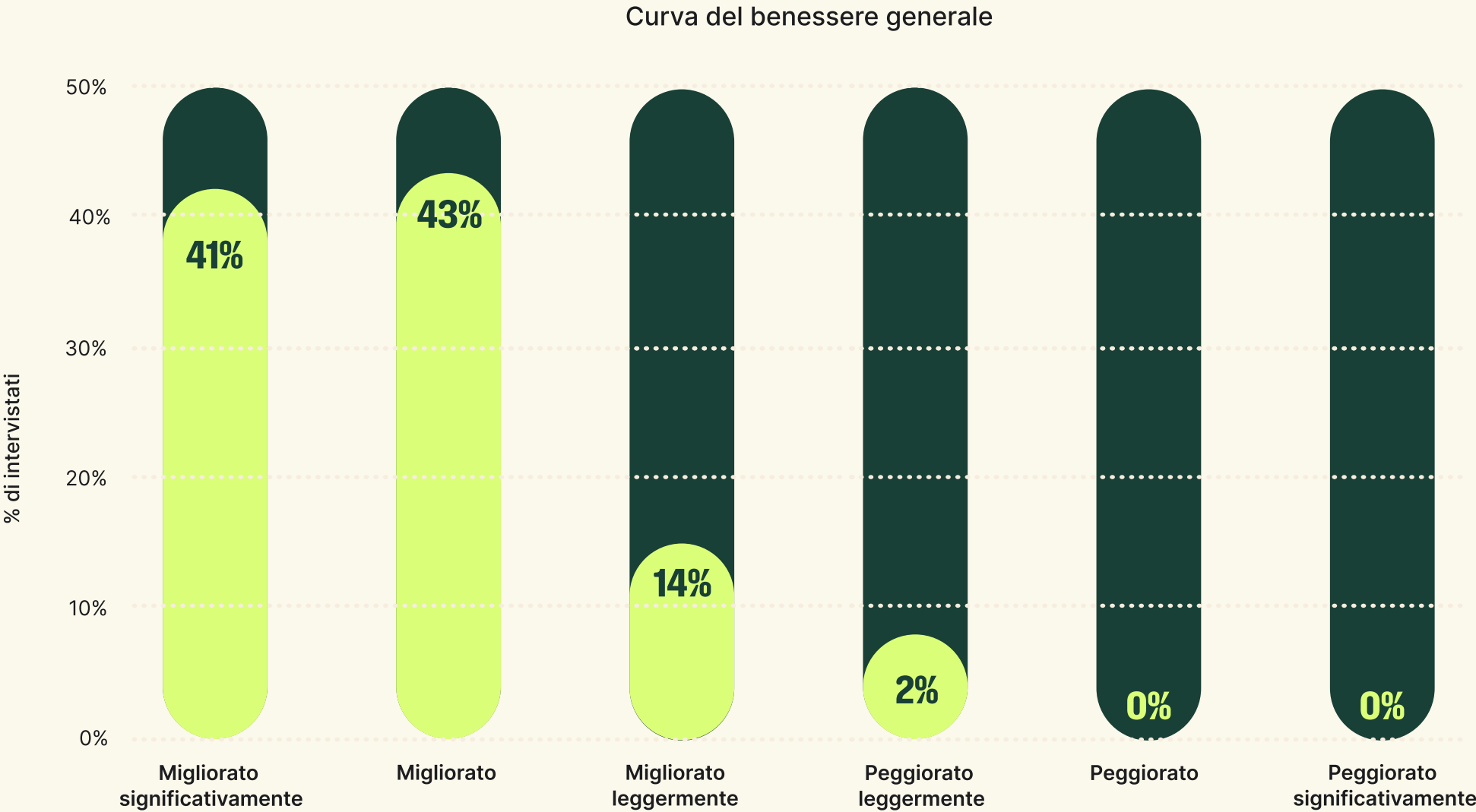
I CEO di oggi considerano sempre più il benessere personale non come un compromesso rispetto ai risultati, ma come un requisito per raggiungerli. Ciò che una volta conferiva onore, ovvero ore di lavoro infinite e burnout, ora non ha più valore. Infatti, il 78% afferma che il proprio ruolo li spinge a dare priorità alla propria salute. Questo implica una riformulazione del benessere, percepito ora come qualcosa di più di una scelta personale. Occupare posizioni manageriali e di leadership richiede resistenza, concentrazione e resilienza. La salute personale è ora diventata una necessità aziendale, non un lusso per pochi eletti. E questa tendenza si riscontra in diversi ambienti di lavoro. I CEO che operano in settori d'ufficio e non d'ufficio riferiscono in

percentuali simili che il loro ruolo li spinge a dare priorità al proprio benessere (79% rispetto al 75%). Ciò suggerisce che il legame tra leadership e salute personale non è legato a un settore specifico o a un tipo di lavoro specifico, ma a un cambiamento universale nel modo in cui i dirigenti guardano ai risultati.

I CEO AFFERMANO DI GODERE DI OTTIMI LIVELLI DI BENESSERE



NOVE CEO SU DIECI HANNO REGISTRATO MIGLIORAMENTI
DEL PROPRIO BENESSERE NELLO SCORSO ANNO



Il legame tra programmi di benessere e risultati positivi è quindi innegabile. Tra coloro che riferiscono una partecipazione giornaliera, il 79% dichiara un benessere generale eccellente. Al contrario, solo il 25% di coloro che non partecipano in modo attivo valuta il proprio benessere allo stesso modo. Il divario diventa ancora più marcato all'altra estremità dello spettro: meno dell'1% di chi partecipa attivamente ogni giorno riferisce un benessere scarso o molto scarso, mentre il 25% dei non partecipanti rientra nella categoria più bassa. In termini di progressi, la differenza è altrettanto netta: il 69% di chi partecipa attivamente ogni giorno afferma che il proprio benessere è migliorato significativamente nell'ultimo anno. Tuttavia, chi non partecipa mai in modo attivo riferisce un miglioramento scarso o assente. Anzi, è più probabile che il benessere diminuisca tra chi partecipa di rado o non partecipa affatto.

Il messaggio più importante non è solo che i CEO stanno mettendo il benessere al primo posto, ma che ne stiano raccogliendo i frutti. I dati attestano un legame indissolubile tra le pratiche quotidiane di wellbeing e una superiore qualità della vita. Proprio come le aziende non prosperano con iniziative isolate, la salute personale richiede costanza. Il benessere, al pari di una leadership efficace, si coltiva con disciplina e routine.

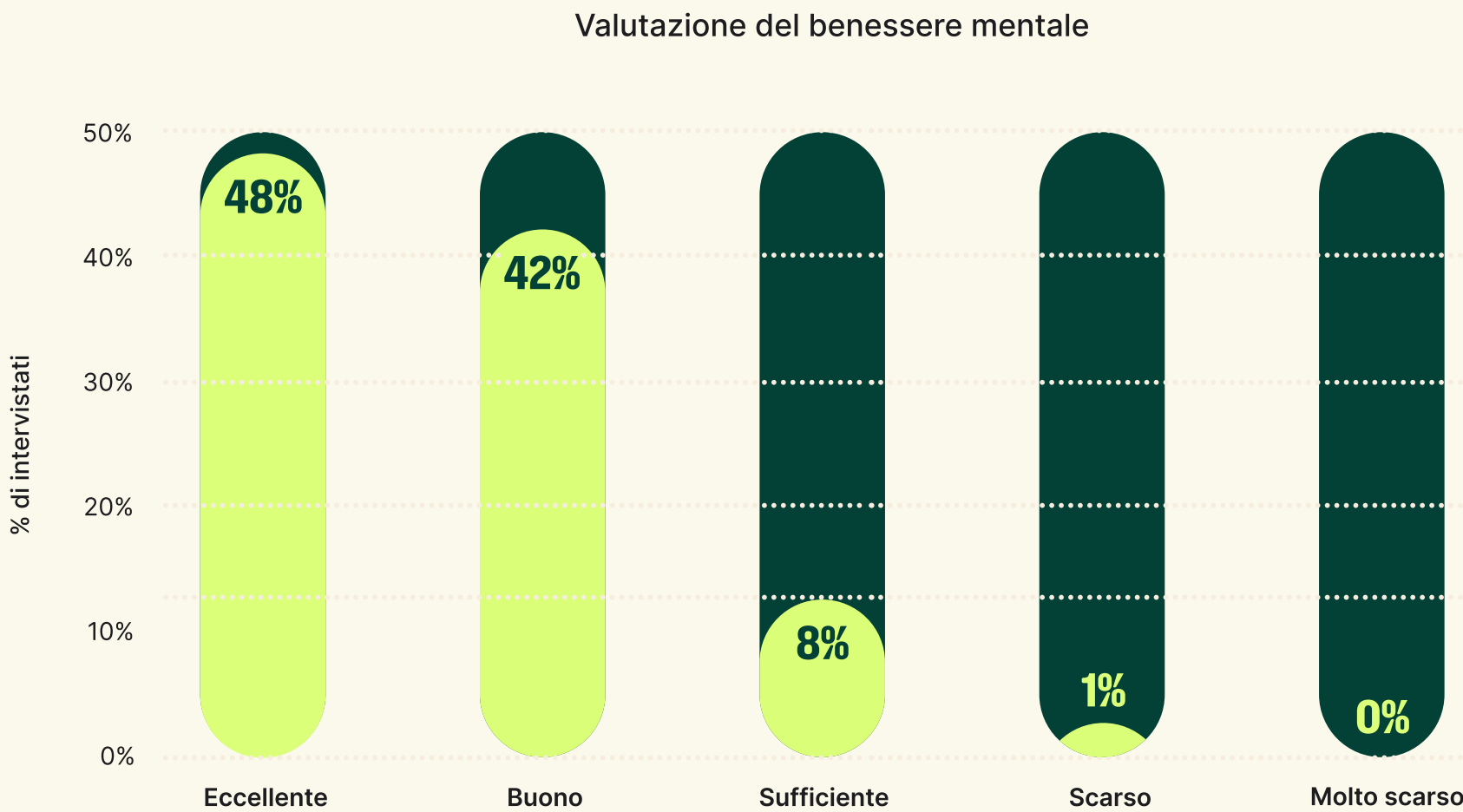
4.1.2 Benessere mentale

Il benessere mentale tra i CEO è ai massimi storici, con un sorprendente 90% che valuta la propria salute mentale come eccellente o buona. Quasi la metà di questi, il 48%, afferma essere eccellente. Questo livello di benessere dichiarato è sorprendente, data la pressione incessante a cui sono sottoposte le persone in posizioni executive. Solleva un interrogativo importante: qual è il motore di questo cambiamento?

La risposta risiede in una trasformazione radicale dell'approccio dei CEO alla salute e al benessere mentale. Un sorprendente 84% di loro intraprende un percorso terapeutico: il 42% opta per sedute in presenza, il 32% si impegna in terapie online e il 10% partecipa a sedute di gruppo. A ciò si aggiunge un ulteriore 10% che si affida a risorse di auto-aiuto, lasciando appena il 6% dei CEO senza alcuna pratica strutturata per la propria salute mentale. Quasi la metà dei CEO (47%) afferma che la terapia è estremamente importante per il loro benessere, mentre un altro 40% la definisce molto importante. Ciò significa che quasi nove CEO su 10 riconoscono che ricevere supporto sanitario per il proprio benessere mentale è fondamentale per la loro resilienza personale e professionale.

Questo ampio ricorso a queste pratiche rappresenta un netto cambiamento rispetto al passato, quando il successo manageriale era associato al distacco emotivo. Solo pochi decenni fa, la vulnerabilità era considerata un problema per qualsiasi leader.

I CEO RIPORTANO OTTIMI LIVELLI DI BENESSERE MENTALE



Riuscite a immaginare il classico dirigente "tutto d'un pezzo" che si confida sul suo percorso di terapia? O un capo famoso per la sua impassibilità, seduto a una sessione di counseling di gruppo? L'idea sarebbe stata ridicola fino a poco tempo fa. Ora è realtà ed è considerata un punto di forza ai massimi livelli della leadership.

Questa trasformazione riflette un cambiamento culturale più profondo, accelerato dalla pandemia di COVID-19, che ha costretto i leader ad affrontare stress, incertezza e benessere personale come mai prima d'ora. La salute mentale era una

lotta silenziosa, spesso ignorata per vergogna. Adesso, la cura del benessere mentale è normalizzata e diffusa quanto andare in palestra.

Il fatto che solo il 6% dei CEO si astenga dal fare terapia o ricorrere ai metodi di auto-aiuto suggerisce che la salute mentale non è più una preoccupazione marginale nei circoli dirigenziali. Al contrario, è un elemento fondamentale per esercitare una leadership efficace.

Questo cambiamento va oltre la terapia. La mindfulness, un tempo un termine di tendenza per indicare il benessere, è diventata una necessità per la leadership. Un sorprendente 91% dei CEO pratica mindfulness almeno una volta alla settimana e il 27% quotidianamente.

Le tecniche di respirazione profonda (integrato dal 43% nella propria routine di benessere), le sessioni di meditazione (39%) e le passeggiate consapevoli (38%) non sono strategie di rilassamento passive. Sono strumenti attivi per gestire lo stress, affinare il processo decisionale e rimanere presenti in ambienti ad alta pressione. Proprio come la terapia è diventata un pilastro del benessere dei dirigenti, la mindfulness è ora considerata essenziale per mantenere alte le performance ai vertici aziendali.

Tuttavia, il cambiamento più significativo potrebbe essere rappresentato dai programmi di benessere. I dati sono evidenti: i CEO che partecipano



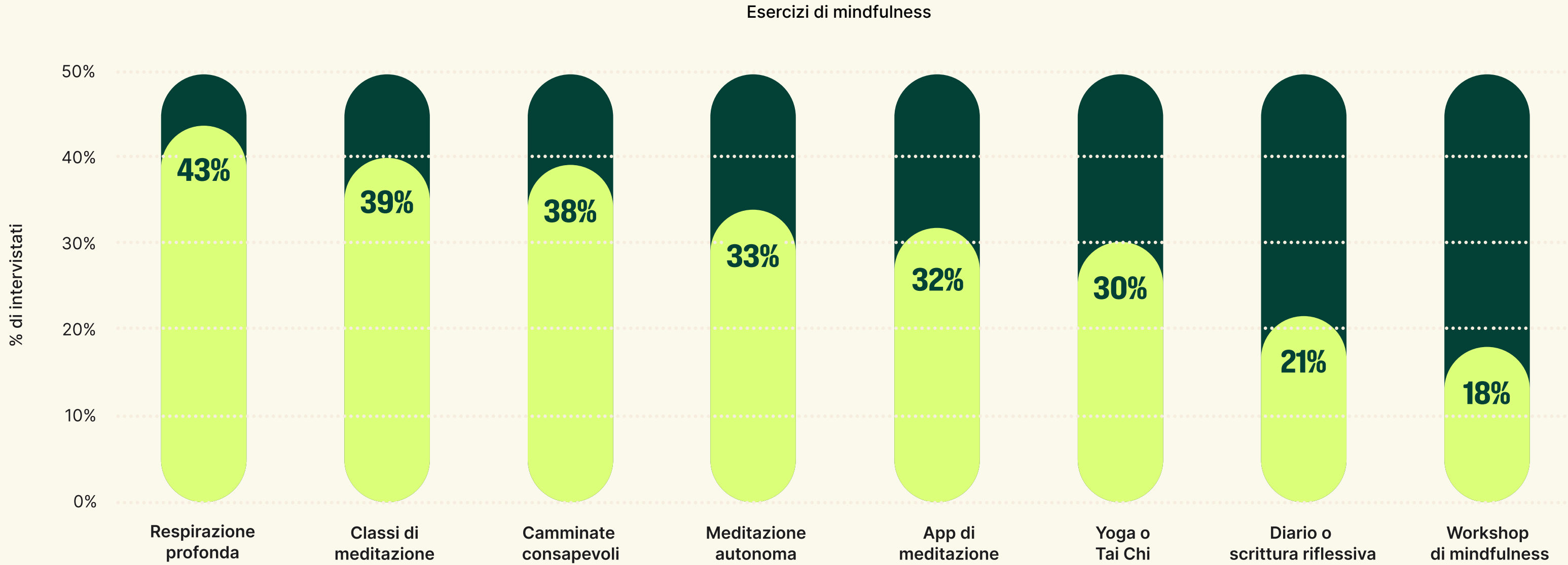
quotidianamente al programma di benessere della propria azienda riscontrano i maggiori benefici per la salute mentale, con il 72% che dichiara un eccellente benessere mentale.

Nel frattempo, solo il 13% di coloro che non vi prendono parte afferma lo stesso. La discrepanza è ancora più evidente all'estremità opposta dello spettro: meno

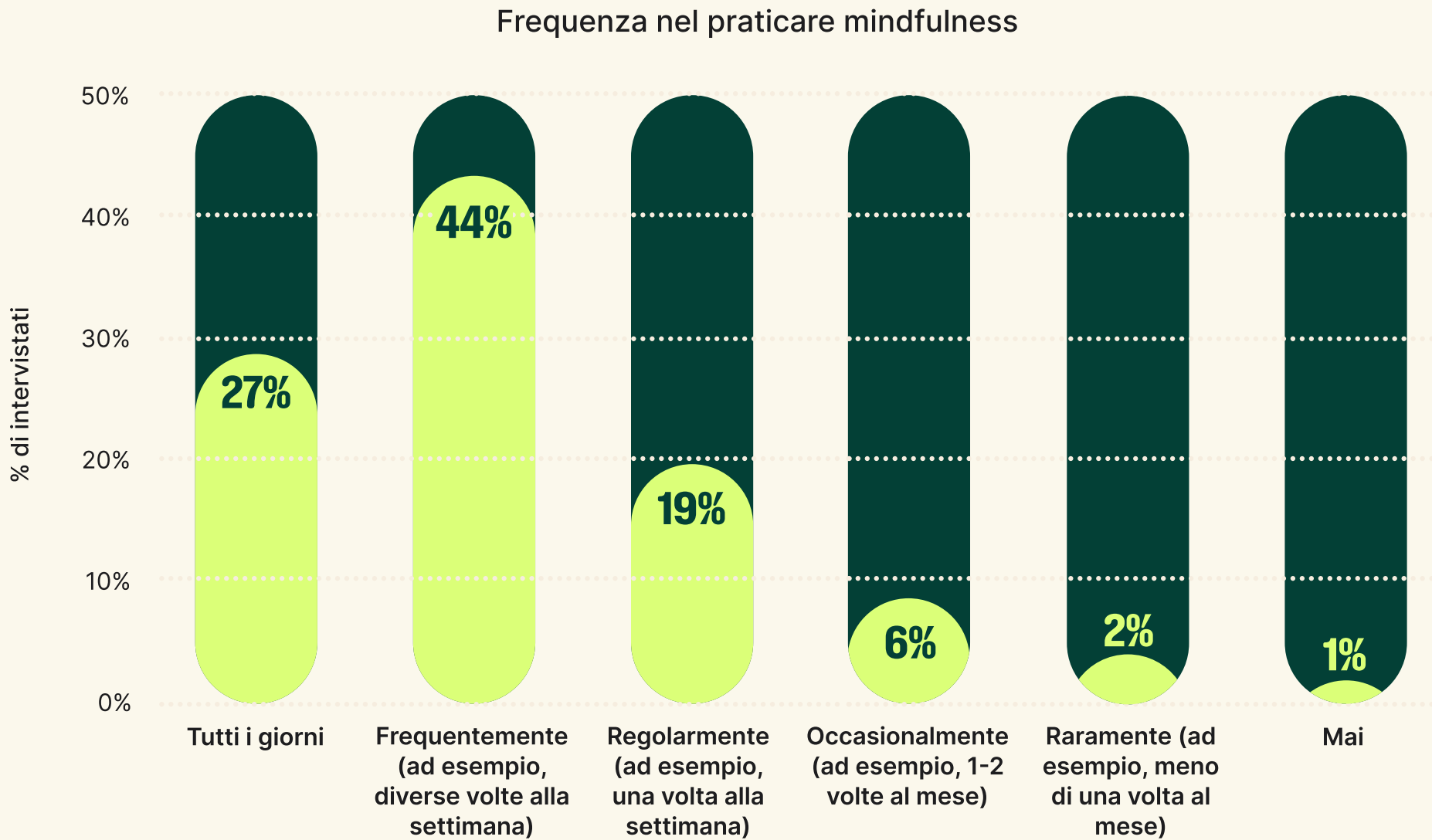
dell'1% dei CEO che partecipano quotidianamente al programma di benessere dichiara di avere un benessere mentale scarso o molto scarso, rispetto a un sorprendente 25% di coloro che non partecipano affatto.

È chiaro che investire nel benessere mentale è fondamentale per i leader di alto livello.

GLI ESERCIZI DI MINDFULNESS SONO ORA PARTE DELLA ROUTINE DEI CEO



GLI ESERCIZI DI MINDFULNESS SONO LA COLONNA PORTANTE DELLA ROUTINE SETTIMANALE DEI CEO



Gli ostacoli che i CEO incontrano nel garantirsi il supporto desiderato per la salute mentale sono il tempo (come afferma il 29%) e i costi (10%). Tuttavia, l'impatto della loro attenzione al benessere mentale si estende ben oltre questi limiti.

Questo cambiamento suggerisce che l'impatto della pandemia sulla salute mentale non è stato solo una battuta d'arresto temporanea, ma un cambiamento duraturo. Il COVID-19 ha costretto i leader a fare i conti con i propri limiti e ha ridefinito il concetto di successo. Il vecchio modello del dirigente insensibile è sempre più sostituito da uno che valorizza la consapevolezza di sé e l'adattabilità. Le aspettative della leadership ora favoriscono soft skill come l'intelligenza emotiva, che ha la precedenza sul rigido e distaccato processo decisionale di una volta. Con l'adozione crescente di psicoterapia, mindfulness e routine quotidiane di benessere ai vertici aziendali, ci si aspetta che la prossima generazione di leader porti con sé non solo una visione, ma anche una capacità concreta di eseguirla. Ci si aspetta una leadership chiara, empatica e supportata da una solida base di benessere personale.

4.1.3 Benessere fisico

La salute mentale non è l'unica priorità per i CEO: stanno anche curando il proprio corpo con la stessa disciplina che applicano nel far crescere le loro aziende.

Un sorprendente 89% dei CEO valuta il proprio benessere fisico come eccellente o buono (incluso il 44% che afferma di essere in ottima forma). Non è una coincidenza: è strategia. Proprio come il benessere mentale, i top manager considerano la forma fisica uno strumento per misurare i risultati. Allenano il proprio corpo applicando la stessa disciplina che mettono nella guida di un'azienda.

La coerenza dietro questi numeri è rivelatrice. Un impressionante 83% dei CEO afferma di allenarsi più volte a settimana e il 38% ogni singolo giorno. Uno dei risultati più illuminanti è che tutti i CEO intervistati (100%) hanno dichiarato di praticare un certo livello di attività fisica regolare.

Confrontate questo dato con quello dei dipendenti in generale, dove mancanza di tempo, motivazione e costi rappresentano ostacoli comuni (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024). I dirigenti non permettono a questi ostacoli di compromettere la loro salute. Sono consapevoli che quando calano energia, lucidità e resistenza, anche l'efficacia della leadership ne risente. Il loro approccio dimostra una verità semplice ma cruciale: dare priorità alla salute fisica porta a risultati misurabili.



Il modo in cui i CEO si mantengono in forma dice tanto quanto la frequenza dei loro allenamenti. Il 65% va in palestra, si allena a casa o pratica sport, mentre il 62% integra il movimento nella propria routine quotidiana attraverso camminate e stretching. Questo suggerisce che non si affidano esclusivamente a sessioni di allenamento intense, ma che inseriscono l'esercizio fisico nell'arco della loro giornata. Questo approccio è in linea con la ricerca che dimostra che anche l'esercizio regolare non può compensare completamente i danni della sedentarietà prolungata (Bruellman et al., 2024). I CEO sembrano prendere sul serio queste evidenze, trattando l'esercizio fisico come un'abitudine continua piuttosto che come un obbligo di un'ora.

La tecnologia sta giocando un ruolo sempre più importante nel modo in cui i CEO si mantengono in movimento. In un mondo in cui i dati guidano il processo decisionale, non sorprende che molti CEO applichino la stessa mentalità analitica alla propria salute. Più di un quarto (27%) monitora i propri progressi con dispositivi indossabili o app per il fitness e il 32% partecipa a sfide di fitness. Questi strumenti sono più che semplici comodità: la ricerca dimostra che aumentano i livelli di attività (Ferguson et al., 2022). Si prestano anche alla gamification, che può favorire la costanza nell'allenamento (Hydari et al., 2022). Per i dirigenti che hanno poco tempo a disposizione, le soluzioni di fitness basate sulla tecnologia offrono un modo efficiente per misurare i progressi, competere con i colleghi e mantenere il coinvolgimento.

Una tendenza sorprendente è che i personal trainer non sono una priorità. Nonostante il loro profondo impegno per il fitness, solo il 12% dei CEO lavora con un coach. Preferiscono invece la flessibilità, strutturando gli allenamenti in base ai loro impegni imprevedibili. Questo riflette un cambiamento più ampio nelle strategie di fitness ad alte prestazioni.

Piuttosto che seguire rigidi piani di allenamento, questi leader conoscono il proprio corpo, ottimizzano il movimento in base ai propri livelli di energia e adattano gli allenamenti alle loro vite impegnative.

Le implicazioni più ampie di queste scoperte si estendono ben oltre la dirigenza. I dirigenti hanno la flessibilità e le risorse per dare priorità al movimento, al contrario di molti dipendenti. La maggior parte dei luoghi di lavoro promuove abitudini sedentarie, rendendo difficile per i team costruire le stesse routine ad alte prestazioni su cui fanno affidamento i CEO. Se le aziende desiderano team più in salute, più motivati e più performanti, devono seguire l'esempio dei CEO. Ciò significa ristrutturare la cultura aziendale per incoraggiare il movimento, offrire programmi di benessere flessibili e integrare le stesse soluzioni tecnologiche che mantengono i dirigenti motivati.

4.1.4 Un sonno di qualità

Il mito del CEO che non dorme mai appartiene ufficialmente al passato. Un sorprendente 84% dei CEO valuta la propria qualità del sonno come eccellente o buona e due terzi (66%) dormono otto ore o *più* ogni notte.

Questo segna un netto distacco dalla cultura del lavoro frenetico che una volta glorificava la stanchezza. Al contrario, i CEO di oggi stanno ottimizzando il riposo per ottenere un vantaggio competitivo. Hanno accolto le ore di sonno di qualità come una risorsa non negoziabile che alimenta la loro resistenza nel lungo termine. Stanno dimostrando che per raggiungere i massimi risultati non basta lavorare più ore, ma devono essere efficaci.

Tuttavia, nonostante un *impegno* diffuso a prendersi cura del proprio riposo, molti CEO hanno ancora difficoltà con la *qualità* del sonno. Passare otto ore a letto non significa necessariamente dormire otto ore di qualità. Lo stress rimane il principale fattore di disturbo, tenendo sveglio il 39% dei CEO di notte. Un altro 37% riferisce cattive abitudini del sonno, come controllare le e-mail prima di andare a letto, mentre un altro 37% cita orari irregolari come un fattore importante. Questi numeri rivelano che, sebbene i leader dormano a sufficienza, molti non hanno ottimizzato appieno la propria igiene del sonno.

E gli ostacoli non finiscono qui. Più di un quarto (27%) afferma che i disturbi ambientali, come rumore, temperatura o luce, influiscono negativamente



sul sonno. Un altro 23% affronta disagi fisici o problemi di salute e il 10% deve gestire responsabilità di assistenza che influiscono sul riposo. Indipendentemente da quanto in alto siano nella gerarchia aziendale, i CEO non sono immuni alle sfide quotidiane che possono intaccare la qualità del sonno.

Uno degli aspetti più interessanti di questo aspetto dello studio, è il ruolo dei programmi di benessere. I CEO che partecipano quotidianamente a iniziative di benessere ottengono i risultati migliori, con il 67% che valuta la propria salute del sonno come eccellente. In netto contrasto, coloro che partecipano raramente o affatto a programmi di benessere riportano un sonno significativamente peggiore, con rispettivamente il 12 e il 13% che affermano di dormire male o molto male. Questo ha perfettamente senso: Come afferma il Dott. Peter Attia nel suo bestseller internazionale *Outlive: The Art and Science of Longevity*: "...[Una] buona notte di sonno può dipendere in parte da una buona giornata di veglia, che includa esercizio fisico, un po' di tempo all'aria aperta, un'alimentazione equilibrata (senza spuntini a tarda notte), un consumo minimo o nullo di alcol, una corretta gestione dello stress e la capacità di stabilire limiti tra lavoro e altri fattori di stress della vita."

Il messaggio arriva forte e chiaro: i programmi di benessere non riguardano solo il fitness o il sollievo dallo stress. Hanno un impatto diretto sul sonno, creando un effetto domino che aumenta i livelli di energia, la concentrazione e le performance in generale.

Le implicazioni per le aziende sono enormi. Il sonno non è solo un beneficio personale, ma un vantaggio organizzativo. Quando i CEO danno priorità al

riposo, dimostrano una maggiore capacità di giudizio, una migliore regolazione emotiva e un'adattabilità più elevata. Le aziende che riconoscono questo cambiamento hanno l'opportunità di integrare politiche a favore del sonno (come orari di lavoro flessibili e iniziative di gestione dello stress) nella propria cultura aziendale per sviluppare i livelli di energia.



4.1.5 Salute alimentare

I CEO ricevono il carburante necessario per gestire le proprie aziende. Il lavoro di ottimizzazione non si limita alle loro aziende, ma coinvolge anche il loro corpo, considerando il cibo come carburante per il successo piuttosto che come un fattore secondario. Un encomiabile 89% ha affermato di seguire un'alimentazione sana, mentre il 43% valuta la qualità del proprio piano nutrizionale eccellente.

Questo impegno a mangiare bene è intenzionale, strutturato e profondamente radicato nel loro approccio ai risultati. Un consistente 62% dà priorità a pasti equilibrati e completi e il 56% riduce attivamente cibi trasformati e zuccheri. Non si limitano a evitare scelte poco salutari, ma curano una dieta pensata per sostenere le lucidità e la prontezza mentale, la capacità decisionale e la resistenza nel lungo termine. Il loro approccio rispecchia la loro filosofia di leadership: pianificazione strategica, feedback di alta qualità e disciplina portano a un successo duraturo nel tempo.

Alcuni CEO si spingono ancora oltre, portando la stessa precisione nei loro piatti come in sala riunioni. Quasi il 30% segue piani alimentari strutturati come la dieta chetogenica, la dieta vegetariana o il digiuno intermittente, e il 26% monitora la propria alimentazione con app e dispositivi indossabili. È un chiaro segno che stanno applicando anche alla propria salute una mentalità orientata alle prestazioni.

Se i dati e l'ottimizzazione guidano la crescita aziendale, perché non usarli anche per migliorare il benessere personale?

Eppure, nonostante l'attenzione al miglioramento personale, solo il 14% si affida a un dietologo o un nutrizionista, una percentuale che rispecchia il 12% che lavora con un personal trainer. Questo non indica una mancanza di interesse per il supporto di esperti, ma una più ampia preferenza per flessibilità e autodeterminazione. Proprio come i CEO adattano gli allenamenti ai loro livelli di energia e ai loro impegni, molti adottano un approccio simile per l'alimentazione, affidandosi all'auto-formazione, a strumenti di monitoraggio o a routine perfezionate nel tempo. Per i leader ad alte prestazioni abituati a gestire sistemi complessi, la salute personale è solo un altro ambito in cui si sentono sicuri di potersi muovere autonomamente.

Uno dei più potenti fattori di differenziazione nell'alimentazione dei CEO è l'impatto dei programmi di benessere. I leader che si impegnano quotidianamente in iniziative di benessere strutturate riferiscono risultati migliori, con il 68% che valuta la propria alimentazione come eccellente. Al contrario, coloro che non vi partecipano affatto incontrano difficoltà: solo il 13% valuta la propria alimentazione allo stesso modo.

Chiaramente, i programmi di benessere strutturati migliorano più della semplice forma fisica e della salute mentale. Stanno trasformando il modo in cui i CEO si nutrono, rafforzando abitudini migliori e promuovendo le prestazioni a lungo termine.

4.1.6 I CEO stanno ottenendo risultati decisamente migliori dei loro dipendenti

Quindi i CEO stanno vivendo un periodo di massimo benessere. Per i dipendenti, la situazione è ben diversa. Le aziende hanno un'ottima opportunità di colmare il divario di benessere tra dirigenti e dipendenti. **Mentre il 98% dei CEO afferma di sentirsi meglio rispetto a un anno fa, solo il 50% dei dipendenti afferma altrettanto** (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

La disparità si estende a più dimensioni: il 93% dei CEO valuta il proprio benessere generale come eccellente o buono, rispetto ad appena il 63% dei dipendenti. I divari sono ancora più marcati in aree specifiche: salute mentale (90% rispetto al 57%), forma fisica (89% rispetto al 39%) e qualità del sonno. Due terzi dei CEO dormono almeno otto ore a notte, mentre i dipendenti in media dormono solo 6 ore e 21 minuti (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Sebbene questo divario sia preoccupante, rappresenta anche un'opportunità di miglioramento da seguire. I leader che hanno dato priorità alla propria salute possono sfruttare questo slancio per costruire una cultura aziendale in cui ogni dipendente abbia le stesse opportunità di crescita.

Uno dei modi più efficaci per riuscirci è comprendere i diversi ostacoli che i dipendenti devono affrontare. CEO e dipendenti affrontano le sfide legate al benessere con prospettive diametralmente opposte.

Per i CEO, la mancanza di tempo (29%) rappresenta l'ostacolo principale all'accesso alla terapia. Per i dipendenti, invece, il costo è il problema maggiore: il 36% dichiara di non potersi permettere sedute di terapia (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024).

Lo stesso trend si riscontra anche per altre risorse dedicate al benessere: ciò che è facilmente accessibile ai dirigenti non è sempre alla portata dei loro team. Prendiamo ad esempio l'autonomia. I dirigenti hanno a disposizione la flessibilità e le risorse per dare priorità alla propria salute e le stanno sfruttando a proprio vantaggio. Mentre i CEO in genere possono adattare i propri orari per l'allenamento, il riposo e il recupero, molti dipendenti si trovano a gestire carichi di lavoro elevati, vincoli finanziari e rigide strutture lavorative che rendono più difficile dare priorità alla salute.

Questo è uno dei motivi per cui un sorprendente 78% dei CEO afferma che il proprio ruolo li motiva effettivamente a investire nel proprio benessere e solo il 2% afferma che il lavoro rende difficile mantenersi in salute. Per i leader, le pressioni lavorative spesso diventano un motore per sviluppare abitudini migliori, portandoli a dare priorità a fitness, sonno e salute mentale per raggiungere i massimi risultati.

Tuttavia molti dipendenti vivono l'esperienza opposta. Il 47% afferma che lo stress lavorativo ha un impatto negativo sulla loro salute mentale (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2024). Invece di favorire routine più sane, le loro responsabilità quotidiane stanno prendendo il sopravvento. Questa discrepanza sottolinea la necessità di progettare strategie di benessere inclusive che non funzionino solo per i dirigenti, ma per tutti.

Le aziende che colmano queste lacune guideranno la prossima era del benessere dei dipendenti. Quando le aziende ascoltano i dipendenti e affrontano i veri ostacoli al benessere, creano una cultura che dà priorità alla salute di tutti, non solo a quella dei dirigenti. Costruiscono luoghi di lavoro in cui sia possibile dare il massimo.

I leader delle Risorse Umane svolgono un ruolo cruciale nel rendere tutto questo realtà. Utilizzando dati concreti, identificando le lacune nel supporto ai dipendenti e promuovendo soluzioni che riflettano le loro reali esigenze, possono colmare il divario tra il benessere dei dirigenti e quello dei dipendenti. Le aziende, a loro volta, fidelizzano i migliori talenti, riducono il burnout e coltivano un organico motivato e altamente performante. Il futuro del benessere sul luogo di lavoro richiede che ogni dipendente si senta supportato tanto quanto un CEO.

IN CONCLUSIONE

I CEO stanno ottenendo risultati straordinari e non è un caso: danno priorità al fitness, al sonno, all'alimentazione e alla salute mentale. Questo alimenta il loro successo, sia a livello personale che professionale.

Ma i leader delle Risorse Umane hanno ancora l'opportunità di fare la differenza, garantendo ai dipendenti lo stesso supporto. Le aziende che offrono benessere a tutti, non solo ai dirigenti, costruiranno team più forti, più sani e più motivati. I migliori ambienti di lavoro avranno non solo dirigenti, ma anche dipendenti altamente performanti e pieni di energia a ogni livello. Il futuro del benessere sul luogo di lavoro inizia dal rendere il benessere un successo condiviso.



4.2 Dare l'esempio

LEZIONE CHIAVE

Il benessere inizia dall'alto. Quando i CEO danno priorità al proprio benessere, plasmano la cultura aziendale. Un CEO focalizzato sul benessere crea un ambiente di lavoro che ne è permeato, favorendo la partecipazione, l'engagement e le performance dei dipendenti.

Non si tratta solo di dare l'esempio, ma di dividerlo. Quando i leader parlano apertamente delle proprie routine di benessere, delle proprie sfide e dei propri progressi, normalizzano la conversazione e rendono il benessere accessibile a tutti i livelli. Le aziende che investono nel benessere dei dirigenti e incoraggiano i leader a darne l'esempio a gran voce non offrono supporto a una sola persona, ma stanno costruendo un organico più sano e coinvolto, dall'alto verso il basso.

NEL DETTAGLIO

4.2.1 I partecipanti attivi sono i sostenitori migliori

I CEO non si limitano a influenzare il benessere sul luogo di lavoro: lo plasmano. Nove dirigenti su 10 (91%) partecipano ai programmi di benessere della propria azienda almeno una volta alla settimana e più di un quarto (27%) vi partecipa quotidianamente. Questo rappresenta un forte esempio per i loro team. Quando i leader danno priorità al proprio benessere e condividono queste iniziative con i propri dipendenti, creano una cultura aziendale in cui questi ultimi sono più coinvolti e soddisfatti (Wellhub, ROI del benessere, 2024).

La maggior parte dei CEO riconosce che sono le proprie azioni a stabilire il mood e il morale: l'84% afferma di svolgere un ruolo fondamentale nel plasmare il benessere sul luogo di lavoro e il 77% ritiene che dare il buon esempio sia parte integrante dell'essere un leader capace di lasciare il segno. E stanno mettendo in pratica questa convinzione. Quasi la metà (47%) dà l'esempio partecipando attivamente a programmi di benessere. Altri lasciano il segno offrendo formazione sul benessere (44%), promuovendo l'impegno a livello di leadership (37%), organizzando eventi (36%) e comunicando i benefici personali che stanno riscontrando ai dipendenti (34%).

Per rendere il benessere una priorità visibile, il 90% dei CEO condivide il proprio percorso di benessere personale almeno con frequenza settimanale. Che si tratti di condividere i chilometri percorsi su Strava o di pubblicare un post su LinkedIn su un gruppo di camminata, vogliono che i dipendenti capiscano che prendersi cura della propria salute non è un progetto secondario, ma parte del lavoro.

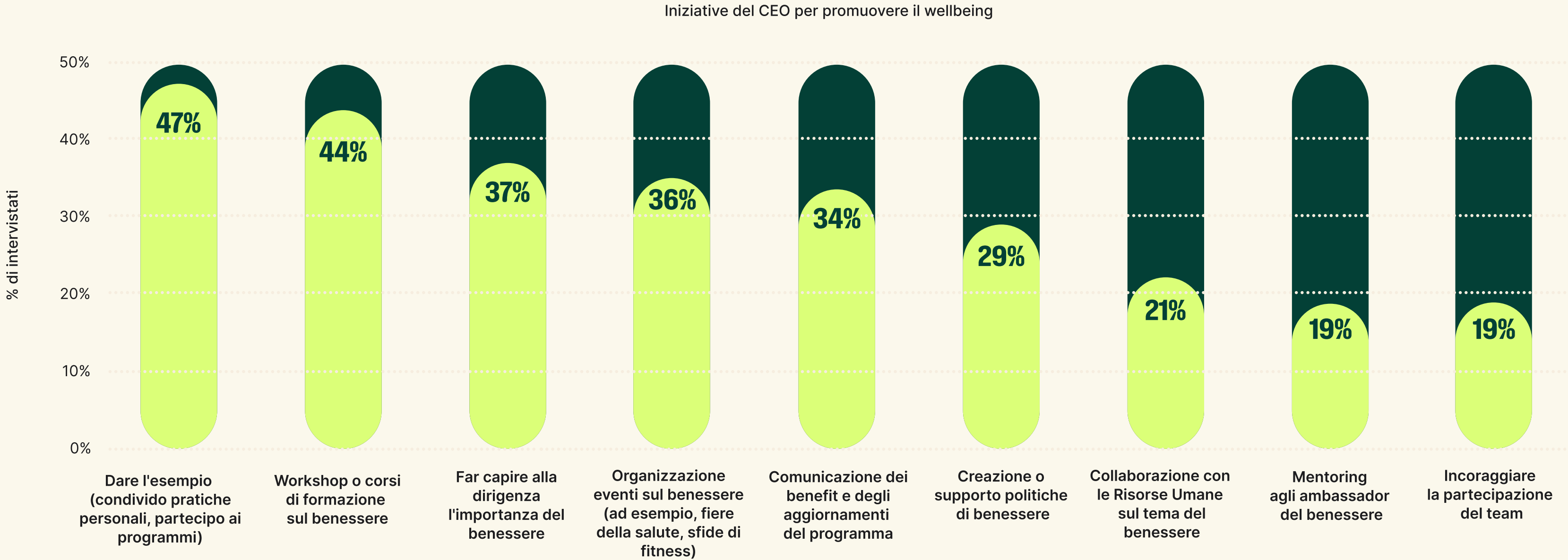
Questo crea un potente circolo virtuoso: più i CEO si impegnano, più si fanno promotori del benessere. Il 77% dei CEO che partecipano quotidianamente a un programma di benessere condivide attivamente le proprie esperienze con i dipendenti, rispetto a solo il 13% di chi non vi partecipa affatto.

E più radicato è il loro coinvolgimento, più solida è la loro convinzione che il benessere sia un imperativo aziendale. Il 74% dei partecipanti giornalieri concorda fermamente sul fatto che il benessere dei dipendenti sia una responsabilità dell'azienda, rispetto al 63% dei partecipanti settimanali e ad appena il 43% di coloro che si dedicano al benessere mensilmente.



E tra chi non partecipa ad alcun programma di benessere? Nessun di questi CEO concorda fermamente sul fatto che il benessere sia fondamentale per la propria attività. Il messaggio è chiaro: quando i leader si impegnano a prendersi cura di sé, i dipendenti seguono l'esempio. La loro partecipazione

trasforma il benessere da un semplice programma in un vero e proprio movimento, integrandolo profondamente nella cultura aziendale. Per le organizzazioni che cercano di generare un impatto reale, la soluzione non è solo offrire più benefit, ma avere un team dirigenziale che dia l'esempio.



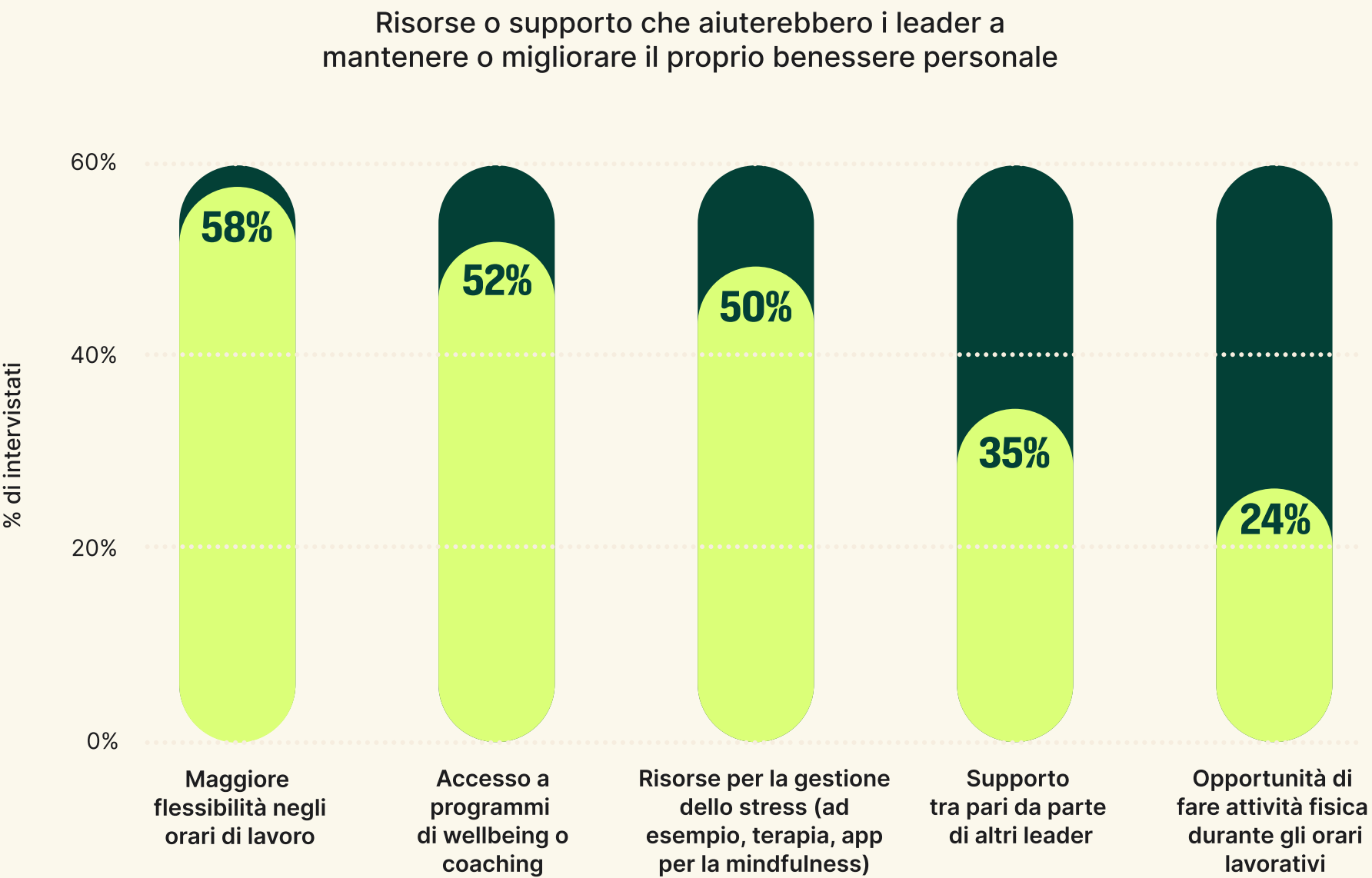
4.2.2 La prossima frontiera del benessere per i CEO

Persino i CEO più attenti al benessere non hanno perfezionato le proprie routine, e ne sono consapevoli. Sebbene molti stiano avendo successo, la maggior parte vede ancora spazio di miglioramento per la propria salute e le proprie prestazioni con il supporto o le risorse adeguate.

La flessibilità è in cima alla lista. Il 58% dei CEO afferma che un orario più flessibile migliorerebbe il loro benessere. Nonostante la possibilità di controllare il proprio calendario, le richieste contrastanti e gli orari imprevedibili rendono comunque difficile dare priorità al benessere in modo coerente.

Il supporto strutturato rappresenta un'altra lacuna importante. Più della metà dei CEO (52%) afferma che trarrebbe beneficio da programmi di benessere formali o da un coaching personalizzato per il proprio ruolo. Questo fa emergere un'importante opportunità: le aziende investono già molto nello sviluppo dei manager, quindi perché non investire altrettanto intenzionalmente nel wellbeing di questi manager? Strumenti personalizzati possono aiutare i dirigenti a mantenere i livelli di energia, gestire lo stress e rimanere concentrati quando la posta in gioco è alta.

ORARI FLESSIBILI E COACHING TRA I MAGGIORI BISOGNI DEI CEO



Il benessere mentale rimane una priorità assoluta. Metà dei CEO afferma di desiderare un maggiore accesso a risorse per la gestione dello stress, come la terapia o le app di mindfulness. Inoltre, considerano sempre più il benessere mentale non solo come cura personale, ma come un vantaggio strategico per ottenere risultati sostenibili.

Uno degli aspetti più trascurati risulta essere il rapporto con i colleghi. Un terzo dei CEO (35%) desidera opportunità di entrare in contatto con altri dirigenti sul tema del benessere, ma pochi dispongono di modalità strutturate per farlo. I ruoli dirigenziali a volte possono scatenare un certo senso di isolamento. Creare uno spazio in cui i leader possano condividere esperienze e strategie potrebbe rafforzare la resilienza, non solo per i singoli, ma anche per la cultura che plasmano.

Il messaggio è evidente: il benessere dei CEO non è un prodotto finito. È un processo in corso d'opera e le aziende che lo supportano ne trarranno beneficio. Che si tratti di orari flessibili, coaching personalizzato o supporto tra colleghi, le organizzazioni che investono nel benessere dei propri leader creano ambienti di lavoro più sani e performanti, dall'alto verso il basso.

IN CONCLUSIONE

Quando i CEO danno priorità al proprio benessere, fanno più che dare il buon esempio: stabiliscono l'orientamento per l'intera organizzazione. Nelle aziende di maggior successo, il benessere non è considerato un benefit, ma è integrato nella strategia aziendale e promosso dall'alto. E le opportunità non finiscono qui. Con orari più intelligenti, supporto di esperti e relazioni significative con i colleghi, i dirigenti possono migliorare il proprio benessere, alimentando al contempo una cultura di resilienza e performance.

Quando i leader hanno successo, i team li imitano ed è così che si costruiscono luoghi di lavoro solidi, sani e ad alte prestazioni nel lungo periodo.



5 Il futuro del benessere aziendale

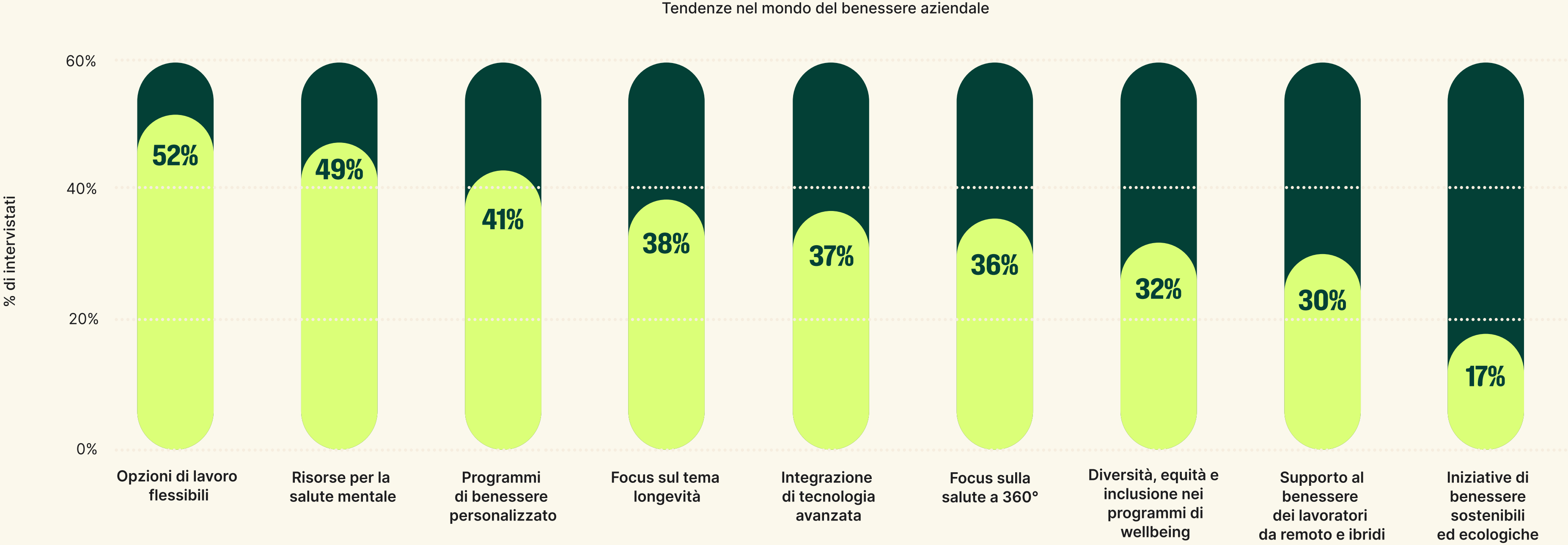
Il 77% delle aziende prevede di aumentare gli investimenti in iniziative di wellbeing l'anno prossimo, un segnale evidente che questo argomento sta acquistando valore in azienda e da attività esclusiva delle Risorse Umane diventa sempre più un vantaggio strategico.

Quindi, dove andranno a finire tutti questi investimenti?

Nel futuro dei programmi di benessere, rendendoli più intelligenti, personalizzati e centrali per l'esperienza dei dipendenti. La prossima generazione di benessere aziendale sta già prendendo forma. È audace, basata sui dati e profondamente radicata nella cultura aziendale. Il supporto per la salute mentale, la personalizzazione basata sull'intelligenza artificiale, i programmi olistici e le modalità di lavoro flessibili non sono solo tendenze, ma stanno diventando la spina dorsale delle aziende più di successo.



I CEO PENSANO CHE I FUTURI PROGRAMMI DIVENTERANNO PIÙ PERSONALIZZATI E OLISTICI NEI PROSSIMI 5 ANNI



5.1 Il benessere mentale diventa il fulcro del futuro del wellbeing aziendale

L'era in cui la salute mentale veniva considerata un aspetto secondario è giunta al termine. Quasi la metà (49%) dei dirigenti prevede di investire in risorse per la salute mentale nei prossimi cinque anni, a dimostrazione di quanto le aziende stiano riconsiderando il vero significato del benessere dei dipendenti.

La posta in gioco è alta: le aziende sono sempre più consapevoli del costo dell'inattività fisica: minore produttività, maggiore turnover e team demotivati (Popera, 2025). E i dipendenti stanno comunicando le loro priorità a gran voce: il benessere mentale è ora considerato la dimensione più importante del benessere (Wellhub, Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale, 2023)

Questa crescente domanda sta determinando un cambiamento radicale nel modo in cui il benessere mentale viene supportato sul lavoro, e la tecnologia sta aprendo la strada a queste trasformazioni. Oltre un terzo (36%) dei leader ritiene che gli strumenti basati sull'intelligenza artificiale rappresentino il futuro del benessere sul luogo di lavoro. Sebbene questi strumenti non sostituiscano la terapia, possono svolgere un importante ruolo complementare: individuare i primi segnali di burnout, indirizzare i dipendenti verso le risorse appropriate e supportare attività di routine

basate sulla mindfulness. Rendendo l'assistenza sanitaria mentale più proattiva, accessibile e personalizzata, l'intelligenza artificiale contribuisce a ridurre lo stigma e a integrare il benessere nel flusso di lavoro quotidiano.

Insieme, queste tendenze segnano una trasformazione fondamentale. Le aziende che considerano il benessere mentale una priorità aziendale fondamentale e adottano soluzioni intelligenti e scalabili creeranno team più resilienti e performanti, pronti per il futuro.



5.2 Personalizzazione, prevenzione e benessere supportato dalla tecnologia

I programmi di benessere standardizzati sono ufficialmente superati. Per soddisfare le esigenze in continua evoluzione dei dipendenti e generare un impatto reale, i leader delle Risorse Umane devono passare da servizi generici a un prodotto personalizzato basato sulla tecnologia. Infatti, il 41% dei CEO afferma che i programmi di benessere personalizzati saranno fondamentali nei prossimi cinque anni.

Ma qual è il motore di questo cambiamento? La tecnologia sta rendendo la personalizzazione non solo realizzabile, ma ormai irrinunciabile. Strumenti come dispositivi indossabili, intelligenza artificiale e analisi predittiva stanno superando metriche di base come il conteggio dei passi. Questi strumenti sono ormai in grado di acquisire informazioni in tempo reale sulla salute che aiutano i dipendenti a prendere decisioni più consapevoli e proattive.

Quasi la metà (45%) dei dirigenti aziendali afferma che queste informazioni in tempo reale rappresentano la prossima grande opportunità per il settore del benessere aziendale e oltre un terzo (35%) ritiene che l'analisi predittiva aiuterà

le aziende a individuare e affrontare i rischi per la salute in anticipo, prima che sia troppo tardi.

Cosa significa questo per le Risorse Umane? È ora di pensare al benessere non solo come un benefit, ma come una strategia preventiva, che supporti la salute dei dipendenti a lungo termine e riduca il burnout, l'assenteismo e i costi sanitari. Ciò significa investire in strumenti che si adattino alle esigenze individuali, offrire soluzioni flessibili che funzionino in tutti i ruoli e le aree geografiche e utilizzare i dati per promuovere interventi più intelligenti.

Questo è particolarmente importante per i team che lavorano da remoto o in modalità ibrida. Il 43% dei dirigenti considera la tecnologia la chiave per rendere i programmi di benessere più accessibili in tutti gli ambienti di lavoro. I team HR potranno scegliere piattaforme e partner in grado di soddisfare le esigenze dei dipendenti ovunque si trovino, a casa, in ufficio o in viaggio.

La verità è che il benessere su misura e basato sulla tecnologia non è solo il futuro, ma sta rapidamente diventando una necessità competitiva.

I professionisti delle Risorse Umane che abbracciano questo cambiamento ora saranno in una posizione privilegiata per aumentare il coinvolgimento, la fidelizzazione e il benessere generale dei dipendenti negli anni a venire.

5.3 Longevità e benessere olistico, le nuove protagoniste

I programmi di benessere più efficaci non si limitano più a ottenere risultati a breve termine, ma sono pensati per avere un impatto nel lungo periodo. Con l'aumentare della complessità e dell'impegno richiesto dal lavoro, i leader delle Risorse Umane stanno riconsiderando il benessere come una strategia per ottenere risultati, resilienza e fidelizzazione che durino nel tempo. Oltre un terzo (38%) dei leader delle aziende afferma che il benessere incentrato sulla longevità sarà una priorità assoluta nei prossimi cinque anni, mentre il 36% sta raddoppiando gli sforzi su approcci olistici alla salute che si prendono cura della persona nel suo complesso.

Cosa significa questo in pratica? I programmi incentrati sulla longevità vanno oltre gli obiettivi di fitness o il recupero dal burnout. Promuovono un'energia costante nel corso della carriera di un dipendente, attraverso una gestione proattiva dello stress, strutture di lavoro flessibili, cure preventive e politiche che promuovono il riposo, il recupero e la sicurezza psicologica.

Il benessere olistico amplia questa prospettiva, riconoscendo come interconnessi il benessere mentale, emotivo, fisico e persino quello finanziario. Le aziende leader si stanno muovendo verso soluzioni integrate capaci di soddisfare le necessità dei dipendenti ovunque si trovino, offrendo supporto

non solo in periodi di crisi, ma anche come parte integrante della vita lavorativa di ogni giorno.

Non si tratta di una tendenza a breve termine, ma di un cambiamento profondo e duraturo. Le aziende la cui visione comprende la longevità e che abbracciano il benessere olistico non solo riducono il i casi di burnout, ma prolungano anche la salute dei propri dipendenti. Il risultato? Team più forti e resilienti, in grado di eccellere e crescere nel lungo periodo.

5.4 La flessibilità è il futuro, nonostante la resistenza di alcuni leader

Il ritorno in ufficio e la fine del remote working sono argomenti che ormai fanno notizia, ma la nuova parola d'ordine è flessibilità. Più della metà (52%) dei leader afferma che il lavoro flessibile sarà il fattore che influenzerà maggiormente il benessere dei dipendenti nei prossimi cinque anni, superando qualsiasi altra iniziativa di benessere.

Questo perché i programmi di benessere funzionano solo se i dipendenti hanno effettivamente a disposizione il tempo e la flessibilità per usufruirne. I dipendenti non vogliono solo benefit, ma anche strutture lavorative che consentano loro di sfruttarli.

Perché è un aspetto importante per le Risorse Umane? Perché nessun programma di benessere, per quanto ben progettato, funziona se i dipendenti non hanno il tempo

o l'autonomia per utilizzarlo. I dipendenti non chiedono solo più benefit, ma strutture lavorative che gli permettano di utilizzare questi benefit. Quando la flessibilità è limitata, anche le migliori offerte di benessere diventano inaccessibili o irrilevanti.

E non sono solo i dipendenti a pensarla così: anche i dirigenti desiderano flessibilità. Il 58% dei CEO afferma che una maggiore flessibilità oraria migliorerebbe il proprio benessere e il 45% ritiene che promuovere l'equilibrio tra lavoro e vita privata e modelli di lavoro flessibili sia fondamentale per il successo di qualsiasi iniziativa di benessere. **Quindi, in questa cornice, come possono intervenire i leader delle Risorse Umane?**

Integrare la flessibilità nelle strategie di benessere

Non considerare il lavoro da remoto o l'orario flessibile come politiche separate, ma come fattori chiave per il benessere.

Fornire ai manager gli strumenti per promuovere con empatia

Aiuta i team leader a gestire ambienti ibridi o flessibili con strumenti che supportano la fiducia, la responsabilità e i confini tra lavoro e vita privata.

Misurare l'accesso e l'utilizzo, non solo la disponibilità

Assicurati che i programmi di benessere vengano effettivamente utilizzati e che i dipendenti abbiano la libertà di usufruirne.

Modellare la flessibilità dai vertici

Incoraggia la leadership a normalizzare l'equilibrio vita-lavoro, attraverso comportamenti come stabilire limiti, prendersi del tempo libero e supportare apertamente il lavoro flessibile.

IN CONCLUSIONE

Il futuro del benessere sul luogo di lavoro è audace, personalizzato e costruito per un impatto duraturo. Troviamo la salute mentale al centro delle conversazioni, con quasi la metà dei leader aziendali che la considerano una priorità assoluta. Gli strumenti basati sull'intelligenza artificiale rendono il supporto al benessere più intelligente, veloce e accessibile.

I programmi di benessere generici stanno tramontando. L'avvento di dispositivi indossabili, analisi predittive e informazioni sulla salute in tempo reale sta rivoluzionando l'approccio dei dipendenti al mantenimento della propria salute e del proprio coinvolgimento. Le aziende stanno abbandonando i benefit a breve termine in favore di strategie a lungo termine che supportano il benessere completo della persona, creando ambienti in cui le persone non si limitano a lavorare, ma prosperano.

E la flessibilità rappresenta la vera svolta. Le organizzazioni più all'avanguardia stanno ridisegnando il lavoro stesso per rendere il benessere non solo accessibile, ma parte integrante e spontanea dell'esperienza lavorativa. Quelle che adotteranno queste tendenze attireranno i migliori talenti, aumenteranno il coinvolgimento e creeranno team resilienti e performanti, pronti per affrontare il futuro.





Superare le difficoltà di implementazione e adozione dei programmi di benessere

Persino i CEO più attenti al benessere non approveranno mai un programma senza pensarci due volte: nessun dirigente intervistato ha approvato un'iniziativa benessere senza sollevare almeno un'obiezione. Questo non significa che siano contrari, ma solo che hanno alcune domande a cui è necessario rispondere.

Il segreto per ottenere il loro consenso risiede nel condividere dati, specialmente sul ROI, e un business case solido. Le aziende che si preparano in questo modo non solo migliorano il benessere dei dipendenti, ma lo trasformano in un vantaggio strategico.

Ascoltare i feedback dei dipendenti può fare la differenza. Quasi la metà (49%) dei CEO ha affermato che i dati sul tasso di coinvolgimento li hanno aiutati a superare le principali obiezioni ai programmi benessere. È stato il fattore più comune per superare tutte le sfide, tranne una: gli elevati costi di implementazione. In questo caso, i CEO hanno indicato metriche chiare sul ROI o casi di studio (15%) e il feedback dei dipendenti (14%) come ugualmente influenti.

Ma un feedback generico ha un impatto limitato. Per guidare un vero cambiamento, è importante capire cosa fa davvero la differenza. Ogni dirigente avrà delle domande e i leader RH di maggior successo non aspettano le obiezioni, ma le anticipano, arrivano preparati e considerano il benessere come una vittoria aziendale fin dal primo giorno.



Obiezione 1:

I dipendenti non parteciperanno a un programma di benessere

I vertici aziendali sono per lo più concentrati su una sola sfida in relazione al benessere dei dipendenti: il coinvolgimento. Infatti, il 30% afferma che la loro più grande esitazione nell'investire in un programma di benessere è il timore che i dipendenti non lo utilizzino.

Se anche nel vostro caso emerge questa preoccupazione, ecco cosa ha aiutato altri dirigenti a superare la loro esitazione.

Soluzione 1

Presenta dati chiari e convincenti

- ☐ Condividere esempi specifici o casi di studio di organizzazioni analoghe in cui i programmi di benessere hanno registrato alti tassi di partecipazione.
- ☐ Evidenziare le statistiche chiave di questi casi di studio, come l'aumento percentuale del coinvolgimento dei dipendenti, la riduzione dell'assenteismo o i miglioramenti nella produttività e nella fidelizzazione.
- ☐ Rappresentare questi dati in una dashboard concisa o in un'infografica per comunicare in modo immediato l'impatto al CEO.

Soluzione 2

Metti in risalto la domanda dei dipendenti

- ☐ Condurre brevi sondaggi tra i dipendenti per quantificare la domanda in modo chiaro, presentando al CEO osservazioni dirette o riassunti dettagliati dell'entusiasmo dei dipendenti.
- ☐ Condividere testimonianze o storie di dipendenti che hanno espresso interesse o tratto beneficio da iniziative informali di benessere.
- ☐ Dimostrare come le funzionalità di benessere richieste dai dipendenti si allineino con la cultura o i valori aziendali attuali.

Soluzione 3

Presenta programmi semplici e accessibili

- ☐ Offrire esempi di soluzioni di benessere estremamente intuitive, come app mobili, portali online o corsi di fitness virtuali, che i dipendenti possono facilmente integrare nelle loro routine quotidiane. L'accesso da dispositivi mobili è particolarmente efficace per le aziende con un notevole organico che svolge attività non da ufficio.
- ☐ Spiegare chiaramente il processo di registrazione e sottolineare la riduzione degli ostacoli amministrativi, evidenziando la facilità di adozione iniziale e di utilizzo continuativo.
- ☐ Raccomandare un'implementazione graduale, iniziando con un progetto pilota per un gruppo selezionato di dipendenti in modo da testare l'efficacia del programma prima di impegnarsi pienamente.

Soluzione 4

Presenta il benessere come strategico

- ☐ Collegare esplicitamente le iniziative di benessere agli obiettivi aziendali strategici, come l'acquisizione di talenti, il posizionamento competitivo o la reputazione dell'azienda in generale.
- ☐ Presentare ricerche o testimonianze di terze parti che evidenziano la correlazione tra programmi di benessere e miglioramenti misurabili nei risultati aziendali.
- ☐ Delineare i potenziali risparmi a lungo termine attraverso la riduzione dei costi sanitari e l'aumento della produttività per sottolineare il benessere come un investimento aziendale strategico.

Soluzione 5

Incentiva la visibilità della leadership

- ☐ Ottenere l'impegno da parte di dirigenti e manager chiave a supportare e partecipare in modo visibile alle attività di benessere, sottolineando il loro ruolo nell'influenzare un più ampio coinvolgimento dei dipendenti.
- ☐ Descrivere esempi specifici di opportunità di coinvolgimento della leadership, come la partecipazione a sfide legate al benessere, l'approvazione di programmi nelle comunicazioni interne o la condivisione di storie personali di benessere.
- ☐ Illustrare l'impatto positivo del coinvolgimento a livello dirigenziale sull'adozione da parte dei dipendenti attraverso casi di studio o esempi di settore.

Obiezione 2:

Abbiamo altre priorità a cui destinare il budget

Con il 94% dei CEO che stanziava budget per programmi di benessere, è chiaro che il benessere dei dipendenti sia una priorità assoluta ai vertici. Ma il costo rappresenta ancora un grosso ostacolo per alcuni. Quasi un terzo (29%) dei CEO cita gli elevati costi di implementazione come una preoccupazione chiave, seconda solo al basso coinvolgimento dei dipendenti. Altre preoccupazioni legate al budget includono priorità contrastanti (22%) e la giustificazione delle spese agli azionisti (14%).

Quindi, come si gestiscono le obiezioni relative al budget? Ecco un approccio strategico per sostenere gli investimenti nel benessere.

Soluzione 1

Presenta attività di benessere convenienti

- ☐ Presentare opzioni di benessere convenienti ma di impatto, come workshop virtuali, sessioni di mindfulness o sfide di fitness di gruppo che richiedono un investimento minimo.
- ☐ Esplorare i servizi di benessere che raggruppano queste attività coinvolgenti in un'unica esperienza conveniente.
- ☐ Mettere in risalto il ROI di strumenti e app digitali per il benessere che offrono un valore significativo senza costi iniziali elevati.

Soluzione 2

Allinea il benessere agli indicatori di produttività dei dipendenti

- ☐ Collegare chiaramente le iniziative di benessere agli indicatori chiave di produttività, come la riduzione dell'assenteismo, la maggiore soddisfazione sul lavoro e il miglioramento dei risultati dei dipendenti, dimostrandone l'impatto diretto sul successo dell'azienda.
- ☐ Presentare casi di studio mirati o ricerche di settore che mostrino come i programmi di benessere abbiano migliorato la produttività dei dipendenti, i tassi di fidelizzazione e le prestazioni aziendali complessive in organizzazioni simili.
- ☐ Sfruttare le informazioni basate sui dati provenienti da potenziali piattaforme di benessere per evidenziare il legame tra coinvolgimento e produttività, consentendo ai leader di prendere decisioni consapevoli e basate sul ROI.

Soluzione 3

Sfrutta gli investimenti esistenti nei benefit per i dipendenti

- ☐ Integrare i programmi di benessere con le offerte esistenti allineando le iniziative di benessere con l'assistenza sanitaria, i programmi di assistenza per i dipendenti (EAP) o i benefit finanziari disponibili per creare un'esperienza per i dipendenti più fluida e olistica senza aggiungere costi significativi.
- ☐ Evidenziare casi di studio di aziende che hanno integrato con successo iniziative di benessere nei loro programmi di benefit, dimostrando come questo approccio aumenti il coinvolgimento e migliori la soddisfazione dei dipendenti.

Soluzione 4

Comunica chiaramente con gli stakeholder

- ☐ Condividere report basati sui dati, casi di studio e proiezioni del ROI che dimostrino chiaramente come le iniziative di benessere contribuiscano a obiettivi aziendali chiave, come produttività, fidelizzazione e risparmio sui costi.
- ☐ Illustrare come gli investimenti nel benessere supportino obiettivi aziendali più ampi, come l'attrazione dei talenti, l'impegno in materia di diversità, equità e inclusione e la sostenibilità finanziaria a lungo termine, semplificando la giustificazione delle spese a consigli di amministrazione, azionisti e stakeholder interni.
- ☐ Utilizzare testimonianze dei dipendenti, storie di successo ed esempi concreti per umanizzare l'impatto dei programmi di benessere, rendendo gli investimenti più comprensibili e persuasivi.



Obiezione 3:

Stiamo già sostenendo il benessere dei dipendenti

Alcuni CEO ritengono che la loro organizzazione "faccia già abbastanza" per il benessere dei dipendenti, magari per aver implementato un programma di assistenza per i dipendenti o aver organizzato un webinar occasionale sulla salute mentale. È un inizio, ma non una strategia. Se vi suona familiare, ecco come potete aiutare il vostro leader ad avere una visione più ampia e a lungo termine.

Soluzione 1

Evidenzia la differenza tra programmi reattivi e proattivi

- ☐ Sottolineare in che modo iniziative proattive, quali programmi di fitness continuativi, supporto per la salute mentale ed educazione al benessere finanziario, aiutino a prevenire i problemi prima che si aggravino, mentre gli approcci reattivi si concentrano sulla gestione delle crisi e sulle soluzioni a breve termine.
- ☐ Utilizzare ricerche e casi di studio per illustrare come affrontare le diverse sfere del benessere porti a un miglioramento della salute dei dipendenti, a una riduzione dei costi sanitari a lungo termine e a un maggiore coinvolgimento dell'intera popolazione.
- ☐ Illustrare come i dipendenti moderni apprezzino sempre di più i benefit proattivi per il benessere, rendendoli un elemento chiave di differenziazione per attrarre e trattenere i migliori talenti.

Soluzione 2

Presenta programmi completi e olistici

- ☐ Evidenziare le aziende che hanno combinato con successo iniziative per la salute fisica, supporto al benessere mentale ed emotivo, educazione finanziaria e risorse per l'equilibrio tra lavoro e vita privata, dimostrando l'efficacia di un approccio su più livelli.
- ☐ Spiegare il valore incrementale di un approccio olistico, che include il miglioramento della salute generale dei dipendenti, la riduzione dei costi sanitari a lungo termine e un loro maggiore coinvolgimento.
- ☐ Evidenziare come l'offerta di diverse opzioni per il benessere, tra cui piattaforme digitali, servizi sul luogo di lavoro e modelli di partecipazione flessibili, garantisca che i dipendenti a tutti i livelli e in tutti gli ambienti possano raggiungere un coinvolgimento significativo.

Soluzione 3

Dimostra il valore strategico del benessere a 360°

- ☐ Mostrare come i programmi di benessere completi contribuiscano a una maggiore attrazione di talenti, a una riduzione dei tassi di turnover, a una riduzione dei costi sanitari e a un rafforzamento del brand, rendendoli un investimento strategico piuttosto che una spesa.
- ☐ Illustrare come le aziende con la reputazione di dare priorità al benessere dei dipendenti si distinguano nei mercati del lavoro competitivi, attraendo i migliori talenti e promuovendo la fidelizzazione a lungo termine dei dipendenti.
- ☐ Fornire benchmark di settore e casi di studio che dimostrino miglioramenti aziendali misurabili direttamente attribuibili a programmi di benessere completi.

Soluzione 4

Identifica lacune e opportunità

- ☐ Effettuare un audit dettagliato delle attuali offerte di benessere, evidenziando chiaramente eventuali lacune nell'affrontare le principali esigenze di benessere dei dipendenti come salute mentale, forma fisica o benessere finanziario, assicurandosi che tutte le loro esigenze chiave vengano soddisfatte.
- ☐ Fornire suggerimenti strategici per migliorare o ampliare le iniziative di benessere, come l'integrazione di strumenti digitali per il benessere, ampliare l'accesso alle risorse per la salute mentale o integrare la formazione sul benessere finanziario.
- ☐ Dimostrare cosa desiderano i dipendenti e l'impatto sull'azienda. Utilizzare sondaggi sul coinvolgimento, metriche di utilizzo e dati demografici dei dipendenti per dimostrare ai CEO come affrontare le lacune in materia di benessere possa migliorare la fidelizzazione, ridurre l'assenteismo e aumentare la produttività complessiva, confermando chiaramente la necessità di investimenti in tal senso.

Soluzione 5

Condividi le opinioni dei dipendenti e le storie di successo

- ☐ Mettere in evidenza le esperienze reali dei dipendenti che mostrano miglioramenti tangibili in termini di salute, produttività e soddisfazione sul luogo di lavoro grazie alle iniziative di benessere. Queste possono includere testimonianze di altre organizzazioni o di dipendenti che hanno beneficiato di programmi di benessere in aziende precedenti.
- ☐ Utilizzare storytelling basati su dati, testimonianze video o report di casi studio per far sì che i responsabili delle decisioni percepiscano l'impatto dei programmi di benessere come personale e concretamente applicabile.
- ☐ Collegare queste storie a risultati aziendali chiave, come una maggiore fidelizzazione, una riduzione dei costi sanitari e un maggiore coinvolgimento, per aiutare i CEO a vedere il ritorno diretto sull'investimento nel benessere dei dipendenti.

Obiezione 4:

I programmi di wellbeing non migliorano davvero il benessere dei dipendenti

Lo scetticismo sull'impatto di un programma è un ostacolo comune a livello dirigenziale. Alcuni CEO si chiedono se i programmi di benessere migliorino davvero la salute dei dipendenti o se siano un semplice adempimento formale. Vogliono vedere risultati concreti, non solo buone intenzioni. Se il vostro team dirigenziale è alla ricerca di prove e dati concreti, ecco come costruire un caso basato sui risultati.

Soluzione 1

Condividi risultati comprovati del settore

- ☐ Presentare evidenze basate sui dati provenienti da organizzazioni comparabili che mettano in luce benefici misurabili come la riduzione dell'assenteismo, l'aumento della produttività e la maggiore soddisfazione dei dipendenti derivanti dai programmi di benessere.
- ☐ Trasformare ricerche complesse in approfondimenti concisi e di impatto che collegano direttamente le iniziative di benessere al miglioramento del benessere dei dipendenti e dei risultati aziendali.
- ☐ Incorporare i risultati di report di settore autorevoli, organizzazioni sanitarie o leader aziendali per rafforzare la credibilità degli investimenti nel benessere e motivarne l'implementazione.

Soluzione 2

Introduci valutazioni comparative

- ☐ Raccogliere dati su indicatori chiave della salute come livelli di stress, qualità del sonno, abitudini di fitness e soddisfazione sul lavoro per evidenziare le aree in cui i dipendenti potrebbero avere difficoltà.
- ☐ Presentare risultati che dimostrino come le attuali lacune in termini di benessere potrebbero influire su produttività, coinvolgimento e fidelizzazione, presentando un caso basato sui dati.
- ☐ Mostrare come le metriche relative al benessere dei dipendenti dell'azienda si rapportino a quelle di organizzazioni simili, sottolineando il vantaggio competitivo di dare priorità alle iniziative di benessere.

Soluzione 3

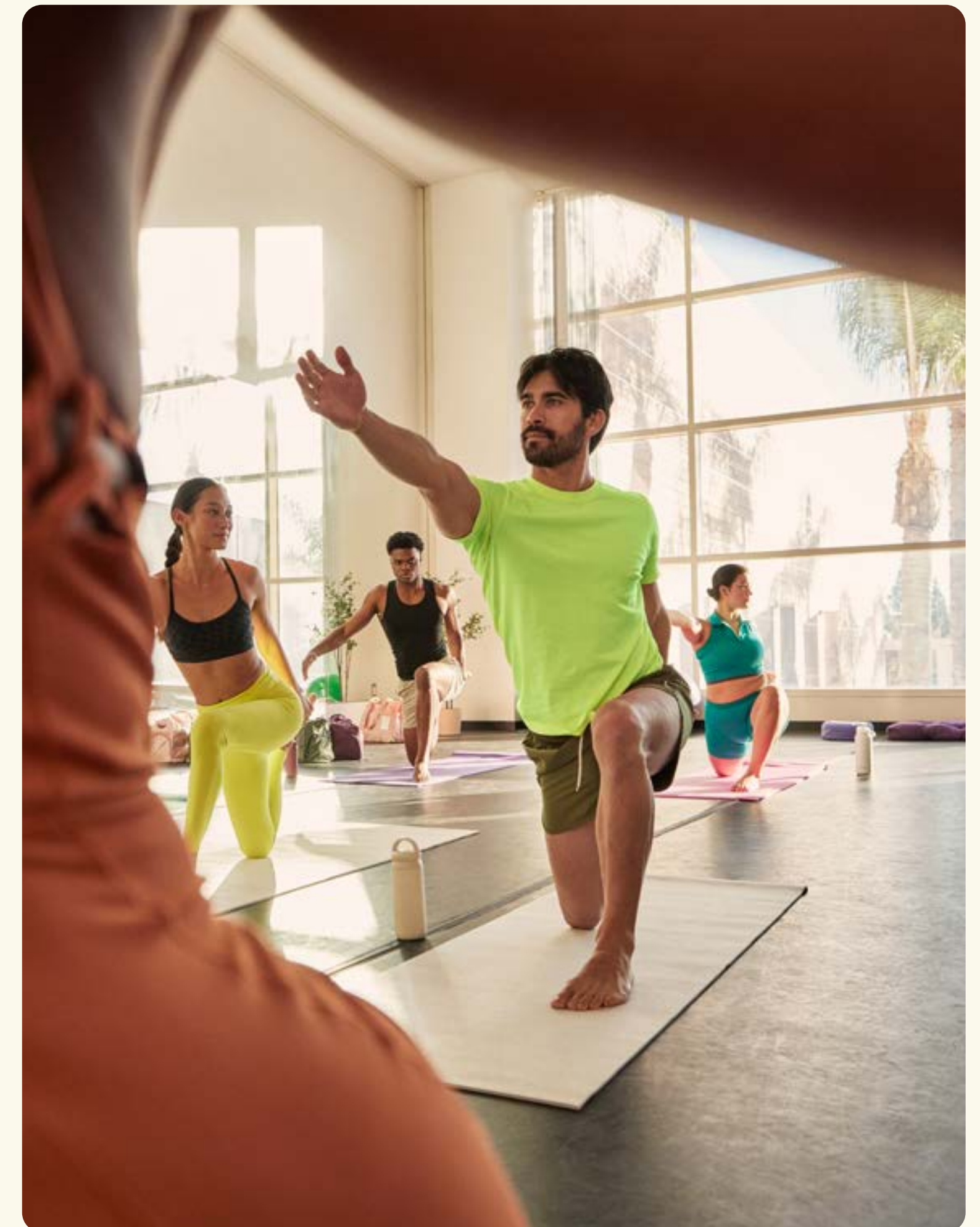
Utilizza la convalida di terze parti

- ❑ Condividere approfondimenti da parte di professionisti sanitari riconosciuti, ricercatori del benessere e analisti di settore che convalidano l'efficacia dei programmi di benessere strutturati nel migliorare la salute dei dipendenti e i risultati aziendali.
- ❑ Presentare risultati di organizzazioni e istituti di ricerca leader che quantificano il ROI delle iniziative di benessere, come la riduzione dei costi sanitari, il calo del turnover e l'aumento della produttività.
- ❑ Evidenziare casi di studio in cui la convalida esterna ha contribuito a convincere i dirigenti a investire in programmi di benessere, dimostrando come la credibilità di terzi possa superare lo scetticismo e promuovere il processo decisionale.

Soluzione 4

Presenta le opinioni dei dipendenti prima dell'implementazione

- ❑ Condurre sondaggi o focus group per catturare l'interesse dei dipendenti nei programmi di benessere, evidenziando il loro desiderio di un supporto strutturato in aree come la salute mentale, il fitness e la gestione dello stress.
- ❑ Condividere le affermazioni dei dipendenti su come le iniziative di benessere potrebbero influire positivamente su produttività, soddisfazione sul lavoro e benessere generale, rafforzando il potenziale valore del programma.
- ❑ Presentare questo feedback alla leadership come prova dell'entusiasmo dei dipendenti, illustrando come un programma di benessere sia in linea con le loro esigenze e contribuisca a una cultura aziendale più sana e coinvolgente.



Obiezione 5:

I programmi di benessere sono troppi difficili da gestire

Alcuni CEO (21%) temono che i programmi di benessere aggiungano lavoro in più alle Risorse Umane. In realtà, l'approccio giusto li può rendere più efficaci e spesso più facili da gestire. I CEO hanno superato questa preoccupazione ascoltando i dipendenti, ottenendo il sostegno della leadership, imparando dai colleghi, gestendo programmi pilota e concentrandosi sul ROI. Ecco come le Risorse Umane possono trasformare l'esitazione dei loro manager in una spinta decisiva verso il successo.

Soluzione 1

Evidenzia soluzioni semplici e automatizzate

- Presentare piattaforme per il benessere che semplificano l'implementazione. Evidenziare strumenti digitali che automatizzano le iscrizioni al programma, il monitoraggio della partecipazione e il reporting, riducendo al minimo gli oneri amministrativi e garantendo un coinvolgimento integrato dei dipendenti.
- Fornire esempi di aziende in cui i programmi di benessere automatizzati hanno consentito ai professionisti delle risorse umane di concentrarsi su iniziative strategiche anziché sulla gestione quotidiana dei programmi.
- Illustrare come queste soluzioni possano essere facilmente integrate nei sistemi di benefit esistenti, consentendo un'espansione agevole man mano che la partecipazione dei dipendenti cresce.

Soluzione 2

Sfrutta le competenze di terze parti

- Suggestire di collaborare con fornitori esterni di servizi per il wellbeing che possano collaborare nell'implementazione e nella gestione, riducendo il carico di lavoro dei team delle Risorse Umane e garantendo al contempo offerte di alta qualità.
- Fornire esempi concreti di organizzazioni che hanno sfruttato piattaforme e competenze di terze parti per implementare programmi di benessere efficaci con un'allocazione minima di risorse interne.
- Evidenziare come i fornitori di piattaforme esterne offrano conoscenze specializzate, strategie di coinvolgimento comprovate ed economie di scala, rendendo i programmi di benessere più efficaci ed efficienti.

Soluzione 3

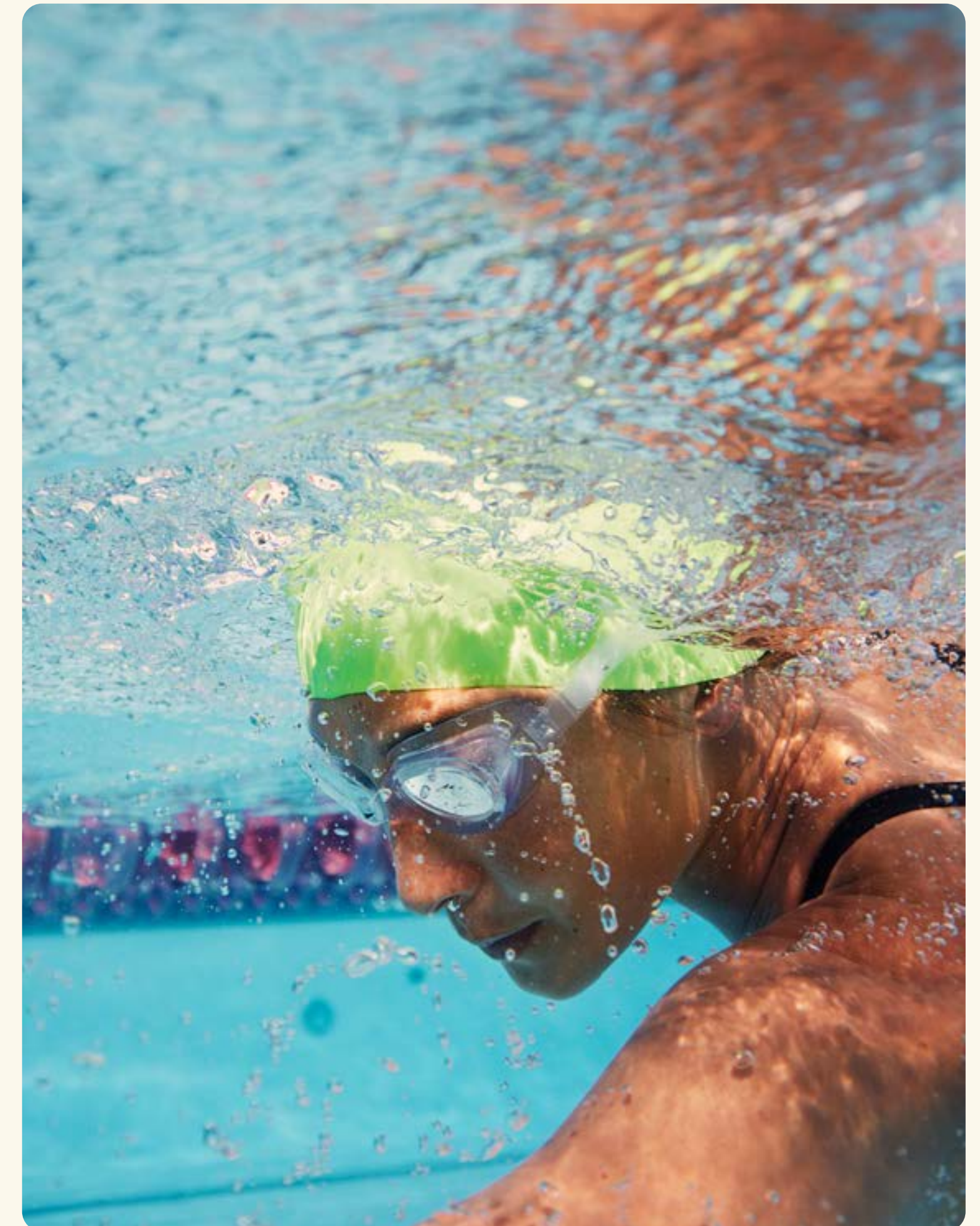
Enfatizza la leadership e il coinvolgimento dei dipendenti

- Sostenere i dipendenti attraverso ruoli di leadership. Proporre la creazione di comitati per il benessere guidati dai dipendenti o l'assegnazione di titoli come i Wellbeing Champion in grado di promuovere il coinvolgimento, fornire supporto tra pari e contribuire al coordinamento delle attività, riducendo l'onere amministrativo per le Risorse Umane.
- Garantire il sostegno della leadership per un supporto dall'alto verso il basso. Incoraggiare dirigenti e manager a partecipare attivamente ai programmi di benessere, rafforzandone l'importanza e promuovendone l'adozione a livello aziendale. La ricerca dimostra che il coinvolgimento della leadership aumenta il coinvolgimento dei dipendenti e normalizza il benessere come priorità aziendale.
- Mettere in evidenza i casi studio in cui i programmi di benessere gestiti tra pari hanno aumentato la partecipazione, migliorato il morale sul posto di lavoro e creato una cultura di responsabilità condivisa, portando a un coinvolgimento duraturo.

Soluzione 4

Presenta report chiari ed efficienti

- Suggestire dashboard concise e intuitive che monitorino i principali parametri di successo, come i tassi di partecipazione, la soddisfazione dei dipendenti e i risparmi sui costi, per facilitare la comunicazione dell'impatto del programma da parte delle Risorse Umane.
- Offrire esempi concreti di organizzazioni che hanno utilizzato un reporting semplificato per ottenere il consenso dei dirigenti, adattare le strategie in base alle informazioni fornite dai dati e mostrare efficacemente il ROI.
- Evidenziare come i parametri di benessere possano essere collegati a obiettivi aziendali più ampi, come la riduzione dell'assenteismo, il miglioramento della fidelizzazione e l'aumento della produttività, aiutando i dirigenti a percepire l'impatto diretto sull'azienda.



IN CONCLUSIONE

Le obiezioni ai programmi di benessere non sono ostacoli, ma opportunità per prendere in mano la situazione. Ogni dirigente avrà domande o dubbi sull'implementazione di un programma, ma ogni sfida rappresenta un'opportunità per rafforzare il proprio business case. I CEO rispondono in modo più efficace a dati chiari, metriche di ROI convincenti e feedback reali dei dipendenti. I leader delle Risorse Umane che affrontano proattivamente obiezioni specifiche, come preoccupazioni relative al coinvolgimento dei dipendenti, vincoli di budget, iniziative di benessere esistenti, impatto del programma e complessità gestionale, possono ottenere con successo l'approvazione dei dirigenti.

Per procedere con sicurezza è necessario:

- Anticipare le obiezioni e preparare soluzioni mirate, sfruttando sia i dati quantitativi che le storie qualitative dei dipendenti.
- Sottolineare il benessere come un investimento strategico con rendimenti misurabili, allineato da vicino con gli obiettivi organizzativi più ampi.
- Utilizzare le esperienze di terze parti e i confronti con benchmark per costruire credibilità e ridurre lo scetticismo.
- Semplificare l'implementazione attraverso l'adozione di piattaforme digitali mobile-first e una leadership dei dipendenti potenziata, semplificando la gestione e massimizzando l'efficacia.

In definitiva, le organizzazioni che trasformano le esitazioni dei dirigenti in dialoghi strategici non solo ottengono l'approvazione dei programmi di benessere, ma creano aziende più sane, più produttive e con risultati migliori.



7 L'effetto Wellhub

Wellhub non si limita a migliorare il benessere, ma supporta anche il successo dell'azienda.

I CEO delle aziende che scelgono Wellhub non solo dimostrano un impegno concreto verso il benessere dei propri dipendenti, ma ottengono anche significativi miglioramenti a livello di benessere individuale e organizzativo, massimizzando il ritorno sugli investimenti. Questi traguardi sono resi possibili dai punti di forza distintivi di Wellhub: un accesso flessibile e personalizzabile, una gamma completa di soluzioni per il benessere fisico, mentale e finanziario, e un approccio olistico che valorizza la persona nella sua interezza.

Questo modello integrato "all-in-one" si traduce in benefici concreti e misurabili: minore turnover, contenimento dei costi sanitari e performance aziendali più solide.

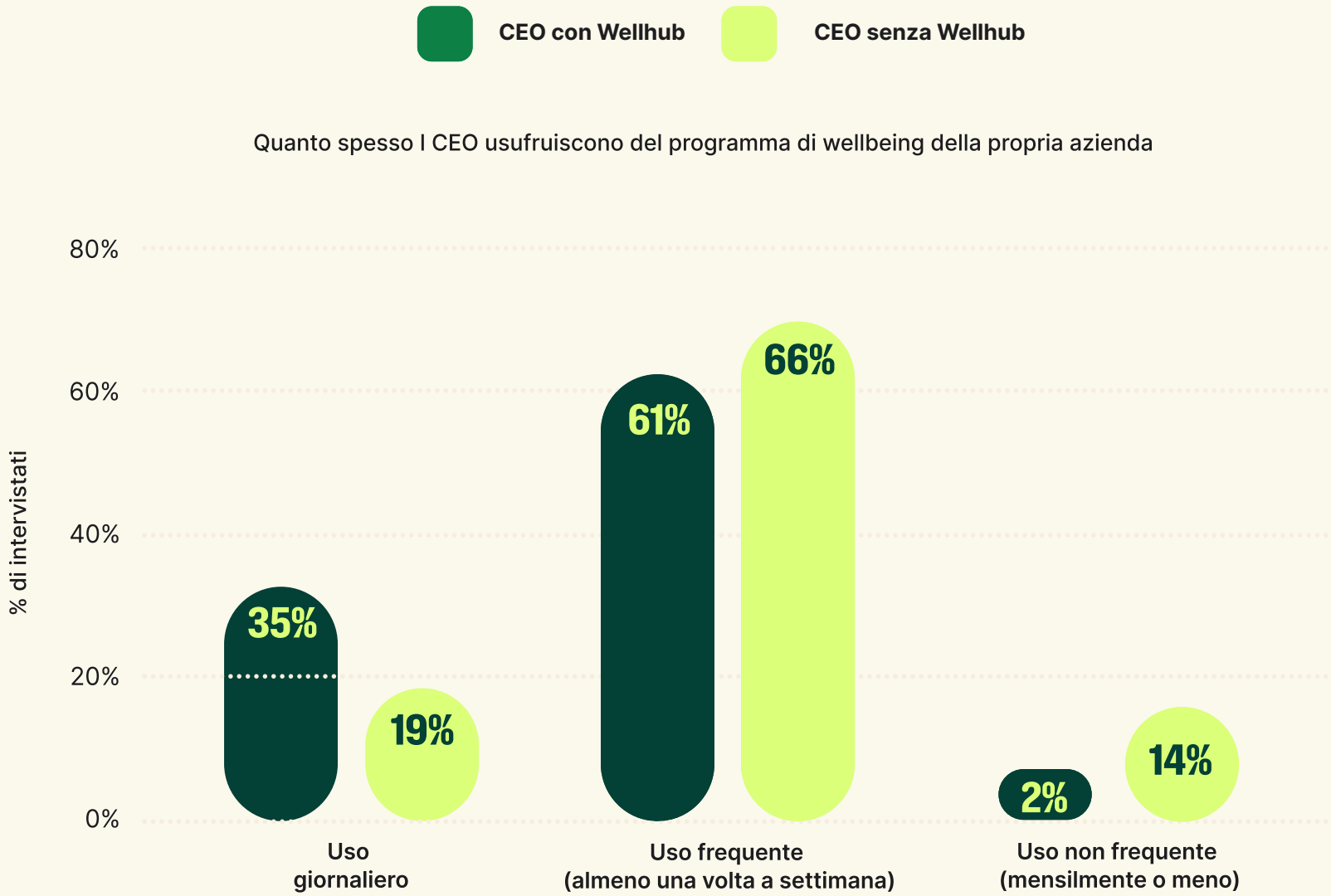
A conferma di ciò, ben il 79% dei CEO di aziende con Wellhub considera i programmi di benessere un investimento strategico, rispetto al 75%

delle aziende che non utilizzano la piattaforma. Sebbene la consapevolezza dell'importanza del benessere sia diffusa, è l'adozione di soluzioni efficaci come Wellhub che permette di trasformare questo investimento in risultati tangibilmente superiori e in un reale vantaggio competitivo. Ciò che distingue Wellhub è l'efficacia con cui trasforma questa convinzione in un impatto reale e misurabile.

7.1 Una cultura del benessere promossa dai leader

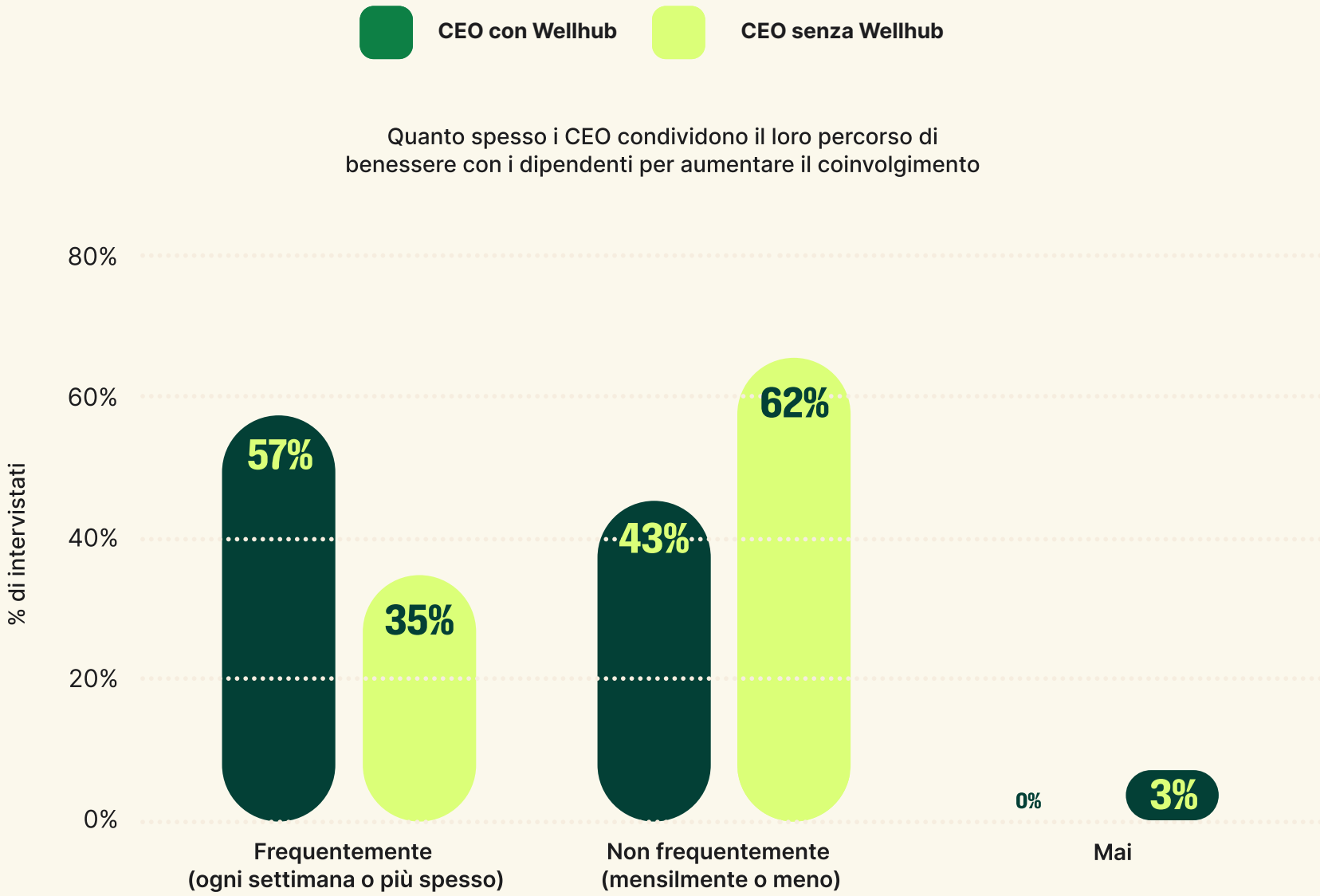
I programmi di benessere hanno successo quando i leader danno l'esempio. E nelle aziende che offrono Wellhub, questo è proprio quello che succede: il 35% dei CEO utilizza il proprio programma di benessere (ovvero Wellhub) ogni giorno, rispetto ad appena il 19% dei CEO di aziende che non hanno Wellhub come parte del loro programma di benessere.

I CEO CHE HANNO ACCESSO A WELLHUB
UTILIZZANO I PROGRAMMI DI BENESSERE PIÙ DI
COLORO CHE NON HANNO WELLHUB



Questo impegno della leadership serve da esempio per i dipendenti. Nelle aziende con Wellhub, il 57% dei CEO afferma che i propri team parlano frequentemente del loro percorso di benessere (almeno una volta a settimana), superando di gran lunga il 35% delle aziende senza Wellhub.

I CEO CON WELLHUB SONO PIÙ INCLINI A ESPRIMERE I
PROPRI BISOGNI IN TERMINI DI BENESSERE RISPETTO AI LEADER
DI ORGANIZZAZIONI CHE NON OFFRONO WELLHUB



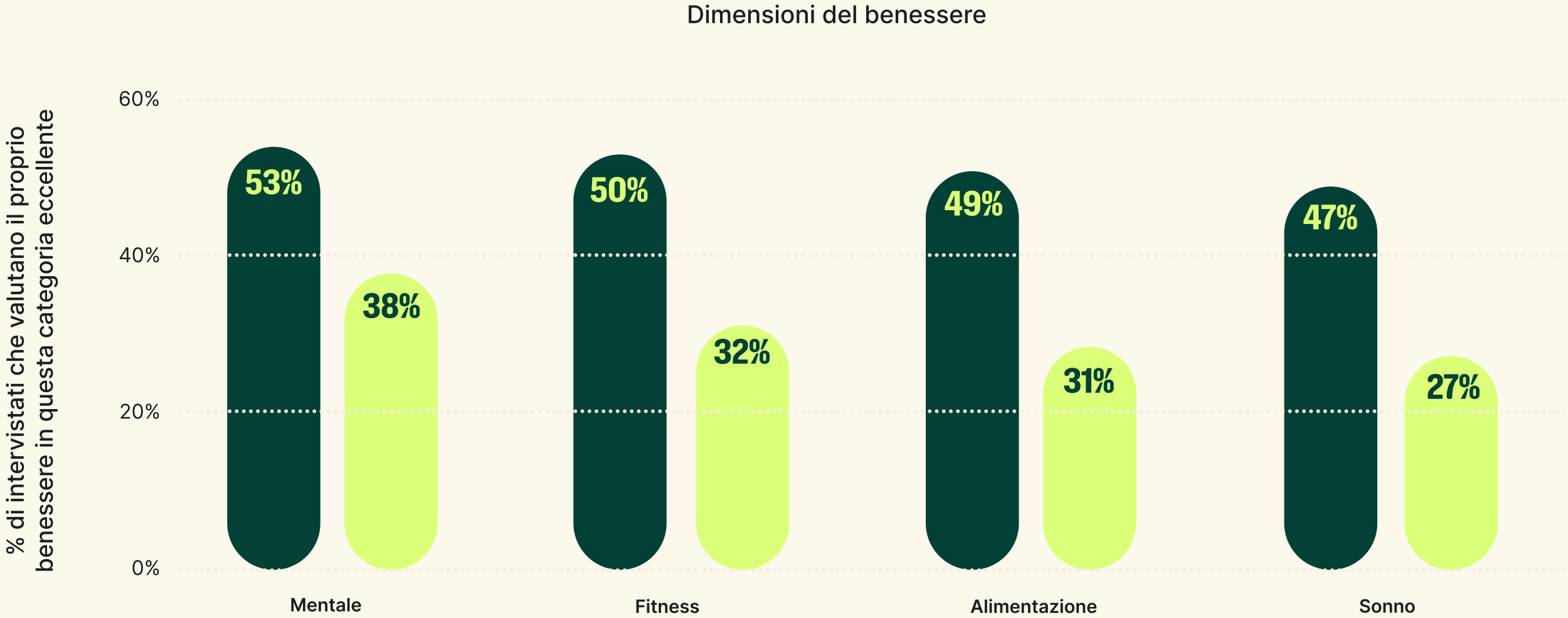
Si tratta di molto più di un semplice programma. È una cultura in grado di creare un luogo di lavoro in cui il benessere è parte integrante delle conversazioni quotidiane, non solo uno slogan delle Risorse Umane.

7.2 Il benessere comincia ai vertici dell'azienda: i benefici riconosciuti dai CEO

Quando i leader hanno successo, le organizzazioni fanno altrettanto. E nelle aziende che hanno scelto Wellhub, i CEO non si limitano a promuovere il benessere, ma lo incarnano nel loro DNA.

Il 60% dei CEO delle aziende che utilizzano Wellhub valuta il proprio benessere generale come eccellente, superando di gran lunga il 40% dei leader di aziende che non utilizzano Wellhub che possono affermare lo stesso. Quasi la metà (48%) dei CEO con Wellhub segnala miglioramenti significativi del proprio benessere nell'ultimo anno, rispetto ad appena il 26% dei colleghi che non fanno uso di Wellhub.

I CEO CON WELLHUB HANNO LIVELLI DI BENESSERE MIGLIORI SU TUTTA LA LINEA



Questo impatto si manifesta in ogni pilastro della salute:

Benessere mentale



Il 53% dei CEO con Wellhub valuta il proprio come eccellente, rispetto al 38% dei CEO senza Wellhub.

Fitness



Il 50% dei CEO che hanno accesso a Wellhub dichiara di godere di un'eccellente salute fisica, rispetto al 32% dei colleghi senza Wellhub.

Alimentazione



Il 49% dei CEO che hanno accesso a Wellhub afferma che la propria salute nutrizionale è eccellente, rispetto al 31% dei CEO senza accesso a Wellhub.

Cura del sonno



Il 47% dei CEO che hanno accesso a Wellhub gode di un sonno di alta qualità, rispetto ad appena il 27% dei CEO che non sfruttano l'ecosistema Wellhub.

Forse la cosa più sorprendente è che **l'81% dei CEO che hanno accesso a Wellhub afferma che il proprio ruolo dirigenziale migliora attivamente il proprio benessere**, mentre appena il 70% dei leader senza Wellhub la pensa allo stesso modo. Questo dato suggerisce che, nelle aziende che hanno scelto Wellhub, il lavoro per i leader cessa di essere un semplice onere da sopportare per trasformarsi in un vero e proprio motore di crescita personale e professionale. Si innesca così un potente circolo virtuoso: i CEO che investono strategicamente nel benessere lo sperimentano in prima persona in modo più pieno e autentico. E quando il benessere inizia dai vertici, si propaga a cascata nella cultura aziendale in modi misurabili e significativi.

7.3 Come trasformare il benessere in ROI e vantaggio competitivo con Wellhub

Il benessere non fa bene solo ai dipendenti, ma anche all'azienda. Nelle organizzazioni che hanno scelto Wellhub, i risultati economici parlano chiaro, dimostrando come investire nella salute si traduca in un ritorno tangibile.

Lo confermano i dati: ben l'87% dei CEO di aziende che si affidano a Wellhub dichiara un ritorno sull'investimento (ROI) positivo generato dai propri programmi per il benessere. Questa percentuale scende significativamente al 74% tra i CEO di aziende che non dispongono di una soluzione completa come Wellhub.

I CEO CON WELLHUB HANNO MAGGIORI PROBABILITÀ DI RISCONTRARE UN ROI POSITIVO DAL PROPRIO PROGRAMMA DI BENESSERE



Non si tratta solo di sentirsi bene, ma di avere più energie per performare meglio.

Rendimenti più elevati = meno punti interrogativi

Le aziende che adottano Wellhub hanno maggiori probabilità di raggiungere parametri di ROI più elevati:

- **Il 3% dichiara rendimenti superiori al 200%, un livello che nessuna azienda senza Wellhub ha raggiunto.**
- **Il 24% ottiene rendimenti medi, tra il 101 e il 150%, rispetto a solo il 17% delle aziende senza Wellhub.**

Il dato più significativo è che i CEO che non adottano Wellhub sono più di quattro volte inclini a dire di non sapere se il loro investimento nel benessere stia dando buoni risultati. Con Wellhub, l'impatto è facile da misurare.

Impatto misurabile sui costi essenziali

Wellhub genera risparmi concreti su larga scala:

- **Riduzione del turnover fino al 30%, con un risparmio per le aziende di 50 milioni di dollari in costi di selezione e assunzione a livello mondiale solo nel 2023. (Hirose, 2024).**
- **Il 91% dei clienti Wellhub dichiara una riduzione dei costi sanitari, con alcuni che hanno tagliato le spese fino al 35%. Risparmio totale in costi sanitari lo scorso anno? 200 milioni di dollari in tutto il mondo (Hirose, 2024).**

Sbloccare il potenziale delle persone

Il benessere non riguarda solo la riduzione dei costi, ma anche la capacità di innescare il potenziale di ognuno.

- **Il 52% dei clienti Wellhub riferisce significativi incrementi di produttività, a dimostrazione del fatto che un dipendente in salute è altamente performante.**

Quando il benessere è integrato nel tessuto aziendale e promosso dall'alto, diventa un vantaggio strategico. Wellhub trasforma il benessere da voce di spesa a motore di crescita. E le aziende che lo adottano non solo sono più sane, ma hanno anche più successo.

IN CONCLUSIONE

Wellhub ridefinisce il benessere, trasformandolo da semplice "optional" a componente strategica fondamentale per l'azienda. Le organizzazioni che scelgono Wellhub ottengono benefici concreti e misurabili: registrano un ROI più elevato, una riduzione del turnover del personale fino al 30% e un risparmio di decine di milioni di dollari sulle spese sanitarie. A questi risultati si aggiungono significativi miglioramenti nella produttività dei dipendenti. In tal modo, il benessere cessa di essere un concetto astratto e diventa un vantaggio visibile e basato sui dati che rafforza la cultura aziendale, riduce i costi e stimola una crescita sostenibile. È proprio questo il vero valore che scaturisce dall'integrare il benessere nel tessuto lavorativo quotidiano.



8 Conclusioni

Quando i CEO considerano il benessere un investimento strategico, i vantaggi sono innegabili. Le aziende registrano risultati economici più solidi, un maggiore coinvolgimento e resilienza dei dipendenti e risparmi misurabili sui costi sanitari e di turnover.

Eppure, nonostante questi comprovati vantaggi, molte organizzazioni si trovano ancora ad affrontare una discrepanza significativa. I leader credono fermamente nel benessere, ma i dipendenti non sempre percepiscono questo impegno da parte dei loro manager nella loro esperienza quotidiana; proprio questo gap di percezione rappresenta un rischio concreto per l'azienda.

I programmi di benessere strutturati colmano questa lacuna, trasformando le intenzioni della leadership in risultati tangibili per i dipendenti. I programmi flessibili, olistici e profondamente integrati nella strategia aziendale favoriscono una maggiore

produttività, riducono l'assenteismo e riducono significativamente i costi. Ma questi programmi non hanno successo solo grazie alle buone intenzioni. L'impegno dei dirigenti, supportato da dati trasparenti e concreti, è essenziale. I CEO necessitano di report chiari e frequenti sul ROI del benessere, in modo da poter dimostrare l'effettiva correlazione tra benessere dei dipendenti e parametri aziendali come coinvolgimento, fidelizzazione e riduzione dei costi. Quando il benessere non è più visto come una spesa opzionale, ma come una parte essenziale della pianificazione finanziaria, acquisisce la priorità e l'importanza strategica che gli spetta.

Ma i dati, da soli, non bastano. La vera svolta arriva quando i leader si impegnano personalmente nelle iniziative di benessere. I CEO che partecipano attivamente partecipando a sfide di fitness, discutendo apertamente di salute mentale o condividendo i propri percorsi di benessere creano una visibilità autentica che ispira una partecipazione genuina dei dipendenti. Questo livello di coinvolgimento dei dirigenti trasforma il benessere da semplice programma aziendale a parte integrante della cultura aziendale, producendo risultati duraturi.

In conclusione, il benessere non rappresenta solo un benefit opzionale per i dipendenti, ma un vantaggio competitivo.

Il futuro appartiene alle aziende che mettono i dipendenti al primo posto. Quando il benessere è integrato a ogni livello, dalla sala riunioni alla sala relax, le aziende non si limitano a crescere, ma raggiungono un successo duraturo.



9 Il benessere nel mondo

Argentina

62%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

95%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

54%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

44%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

59%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

46%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

88%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

55%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

27%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere è una delle principali preoccupazioni, il che lo rende l'obiezione più comune all'adozione di tali programmi.



Brasile

70%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

97%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

66%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

65%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

77%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

52%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

94%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

67%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

28%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere è una delle principali preoccupazioni, il che lo rende l'obiezione più comune all'adozione di tali programmi.



Cile

52%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

95%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

60%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

56%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

54%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

33%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

89%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

47%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

41%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere è una delle principali preoccupazioni, il che lo rende l'obiezione più comune all'adozione di tali programmi.



Germania

50%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

92%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

66%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

43%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

45%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

42%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

72%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

36%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

25%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta una delle loro principali preoccupazioni.

 Italia**54%**

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

95%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

64%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

47%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

51%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

60%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

76%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

35%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

21%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta una delle loro principali preoccupazioni.

 Messico**74%**

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

97%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

66%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

63%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

68%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

47%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

93%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

57%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

39%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere è una delle principali preoccupazioni, il che lo rende l'obiezione più comune all'adozione di tali programmi.

 Regno Unito**58%**

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

97%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

58%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

45%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

47%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

29%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

76%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

47%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

32%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta una delle loro principali preoccupazioni.

 Romania**56%**

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

92%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

58%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

47%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

55%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

43%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

75%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

41%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

30%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta una delle loro principali preoccupazioni.



Spagna

50%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

89%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

43%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

47%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

59%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

51%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

80%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

43%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

30%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta una delle loro principali preoccupazioni.



Stati Uniti

49%

dei CEO afferma che il benessere è un fattore cruciale per il successo economico della propria azienda.

93%

dei CEO approva in ultima istanza il budget per il benessere.

54%

dei CEO che ricevono aggiornamenti sull'impatto dei programmi almeno una volta al mese, ha aumentato significativamente i finanziamenti lo scorso anno.

45%

dei CEO concorda sul fatto che i dipendenti attribuiscono al proprio benessere la stessa importanza che riservano alla retribuzione.

43%

dei CEO investe in programmi di benessere per migliorare la produttività e le prestazioni dei dipendenti.

44%

dei CEO che partecipano attivamente e quotidianamente al proprio programma di benessere ha aumentato considerevolmente i finanziamenti destinati a tali iniziative nel corso dell'ultimo anno.

79%

dei CEO riscontra un ROI positivo dai programmi di benessere offerti nella propria azienda.

40%

dei CEO riporta che la produttività dei propri dipendenti è fortemente influenzata dai programmi di benessere aziendali.

22%

dei CEO afferma che il tasso di coinvolgimento dei dipendenti nei programmi di benessere rappresenta una delle loro principali preoccupazioni.

10 Cos'è Wellhub

Wellhub è la piattaforma per il wellbeing aziendale più apprezzata e offre la migliore rete di palestre, strutture sportive, corsi, personal trainer e app dedicate al benessere, il tutto in un unico benefit per i dipendenti.

Oltre 15.000 aziende utilizzano Wellhub per aiutare i propri dipendenti a muoversi, mangiare, dormire e sentirsi meglio, offrendo accesso a partner di fitness e benessere tramite abbonamenti che costano fino al 50% in meno rispetto alle iscrizioni tradizionali.*

Wellhub ti permette di raddoppiare il numero di dipendenti che si dedicano al loro benessere. Questa partecipazione diffusa si traduce in una riduzione fino al 30% delle probabilità di turnover** dei dipendenti e in un risparmio fino al 35% sulle spese sanitarie***. Investire nel benessere dei dipendenti significa investire nel successo della tua azienda. Inizia da Wellhub.com



* In base a dati interni.

** Risultati di un'analisi interna di tre clienti con un totale di 19.000 utenti.

*** Studio interno condotto da Wellhub con clienti brasiliani da gennaio 2019 a maggio 2022. Gli utenti con più di 5 check-in al mese vengono considerati "moderatamente attivi".

Il nostro impatto globale



12
Paesi



+900
attività



+7.500
città



+70,000
palestre in presenza e online, corsi,
trainer e app per il benessere



+15.000
clienti



9 miliardi di minuti
dedicati al benessere dei dipendenti



500 milioni
di check-in



Oltre 3,5 milioni
di abbonamenti attivi

METODOLOGIA

Wellhub ha condotto il sondaggio "ROI del benessere 2025" per valutare le motivazioni dei CEO a investire e impegnarsi in programmi di benessere aziendale.

Tra il 24 gennaio e il 7 febbraio 2025, CEO e titolari d'azienda sono stati intervistati online tramite l'agenzia di sondaggi QuestionPro. Il campione di intervistati includeva CEO, presidenti e soci/amministratori delegati di aziende con oltre 100 dipendenti.

I risultati hanno un livello di affidabilità del 95% e un margine di errore del 5%.

Le opzioni di risposta per le 57 domande del sondaggio (sezione "Domande del sondaggio") includevano scale Likert, domande a scelta multipla e selezioni a scelta multipla, oltre a domande a risposta aperta.

I Paesi inclusi nel sondaggio sono Stati Uniti, Regno Unito, Brasile, Argentina, Cile, Romania, Spagna, Italia, Germania e Messico. Per ogni Paese sono state raccolte tra le 150 e le 151 risposte.

DOMANDE DEL SONDAGGIO

1. Quale delle seguenti definizioni descrive meglio il tuo ruolo attuale all'interno dell'azienda presso cui lavori?
2. Quanti dipendenti a tempo pieno ci sono nella tua azienda?
3. Quale dei seguenti settori descrive meglio la tua azienda?
4. Qual è il tuo anno di nascita?
5. In quale Paese risiedi?
6. Pensi che i programmi di wellbeing siano una spesa o un investimento?
7. Indica in che misura sei d'accordo con queste affermazioni
 - 7.1. La mia azienda ha la responsabilità di contribuire al miglioramento del benessere dei propri dipendenti.
 - 7.2. I miei dipendenti tengono al proprio benessere quanto al loro stipendio.
 - 7.3. I miei dipendenti prenderebbero in considerazione l'idea di lasciare l'azienda se non ci occupassimo del loro benessere.
 - 7.4. Le persone in cerca di lavoro prenderanno in considerazione l'idea di lavorare per la mia azienda solo nel caso in cui diamo realmente importanza al benessere dei dipendenti.

7.5. Il benessere dei miei dipendenti è fondamentale per il successo finanziario della mia azienda.

8. Quali dei seguenti programmi di fitness/benessere fisico offre la tua azienda ai propri dipendenti? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

9. Quali dei seguenti programmi di benessere mentale offre la tua azienda ai propri dipendenti? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

10. Quali dei seguenti programmi di wellbeing finanziario offre la tua azienda ai propri dipendenti? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

11. Perché hai investito nei programmi di wellbeing fisico, mentale e finanziario di cui sopra? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

12. Quali sono state le tue maggiori preoccupazioni/obiezioni agli investimenti nei programmi di wellbeing fisico, mentale e finanziario di cui sopra? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

13. Per le preoccupazioni/obiezioni che hai selezionato sopra, cosa ti ha aiutato a superare questi ostacoli? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

14. Quali sono i criteri principali che tu e il tuo team avete preso in considerazione per la scelta di un programma di wellbeing?

15. Hai avuto l'approvazione finale sul budget per il tuo programma di wellbeing?

16. Il costo del programma di wellbeing per i dipendenti rientrava nel budget complessivo per l'assistenza sanitaria?

17. Qual è stato il tuo grado di coinvolgimento nel processo di selezione del tuo programma di wellbeing per i dipendenti?

18. Quanto è cambiato l'investimento nel tuo programma di wellbeing rispetto all'anno scorso?

19. Quanto cambierà l'investimento nel tuo programma di wellbeing l'anno prossimo?

20. Quanto spesso vieni aggiornato sull'impatto del tuo programma di wellbeing?

21. Quali sono i dati o le informazioni specifiche più importanti per te quando valuti il successo di un programma di wellbeing? (Seleziona una sola risposta)

22. Quale impatto pensi che abbia il tuo programma di wellbeing sui seguenti aspetti:

22.1. Acquisizione di nuovi talenti

22.2. Assenteismo

22.3. Fidelizzazione dei dipendenti

22.4. Spese sanitarie

22.5. Brand reputation complessiva

22.6. Resilienza dei dipendenti

22.7. Produttività dei dipendenti

23. Come misuri i benefici intangibili di un programma di wellbeing, come il miglioramento della cultura aziendale?

24. Confronti le prestazioni del tuo programma di wellbeing con i benchmark del settore?

25. Hai mai interrotto un programma di wellbeing? Se sì, perché?

26. Hai riscontrato un ritorno di investimento (ROI) positivo o negativo dopo aver implementato il tuo programma di wellbeing?

27. Indicativamente, quali sono i rendimenti del tuo investimento?

28. Come valuti il tuo stato di benessere generale?

29. Ritieni che il tuo benessere sia migliorato o peggiorato (rispetto all'anno scorso)?

30. Come valuti il tuo stato di benessere mentale?

31. Con quale frequenza mediti o pratichi la mindfulness?

32. Cosa stai facendo attualmente per praticare la mindfulness? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

33. Quanto è importante la terapia/il counseling per il tuo benessere generale?

34. Stai frequentando un terapeuta/consulente?

35. Cosa ti impedisce di vedere un terapeuta/consulente?

36. Quanto è importante praticare la meditazione e la mindfulness per il tuo benessere generale?

37. Come valuti la tua forma fisica complessiva?

38. Come stai curando la tua forma fisica? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti.)

39. Con quale frequenza ti prendi cura della tua forma fisica?

40. Come valuteresti il tuo stato di salute nutrizionale?

41. Come pratichi attualmente le buone abitudini nutrizionali? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti.)

42. Come valuteresti la qualità del tuo sonno?

43. In media, quante ore dormi ogni notte?

44. Cosa influenza la qualità del tuo sonno? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti.)

45. Quanto spesso partecipi al programma di benessere della tua azienda?

46. Quanto spesso condividi il tuo percorso di benessere con i tuoi dipendenti per aumentare il coinvolgimento?

47. Quanto ritieni importante il tuo ruolo nel promuovere e sostenere il tuo programma di wellbeing internamente?

48. Quali iniziative, se ci sono, conduci per promuovere il benessere nella tua azienda?

49. In che modo il tuo approccio personale al benessere influenza la tua prospettiva sui programmi di wellbeing dei dipendenti?

50. Senti la responsabilità di dare l'esempio ai tuoi dipendenti per quanto riguarda i comportamenti di benessere?

51. Che impatto ha il tuo ruolo di leader sul tuo benessere personale?

52. Quali risorse o supporti ti aiuterebbero a mantenere o migliorare il tuo benessere personale? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

53. Quali aspetti del benessere dei dipendenti ritieni saranno più importanti nei prossimi 5 anni? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

54. Come vedi il ruolo della tecnologia (es. AI, dispositivi indossabili) nel futuro dei programmi di benessere? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

55. Quali cambiamenti della cultura del luogo di lavoro potrebbero migliorare il successo dei programmi di benessere? (Seleziona tutte le opzioni pertinenti)

56. La tua azienda offre Wellhub (precedentemente chiamato Gympass)?

57. Quanto spesso usi Wellhub (precedentemente chiamato Gympass)?

BIBLIOGRAFIA

1. **American Psychological Association. (2016). Workplace Well-being Linked to Senior Leadership Support, New Survey Finds. Disponibile su:**
<https://www.apa.org/news/press/releases/2016/06/workplace-well-being>
2. **Baicker, K., Cutler, D., & Song, Z. (2010, Febbraio). Workplace Wellness Programs Can Generate Savings. Health Affairs, 29(2).**
<https://doi.org/10.1377/hlthaff.2009.0621>
3. **Baumann, S., & Keimer, I. (2023, 28 febbraio). Individual Benefits of Continuing Higher Education. The Case of a Swiss Business School. Journal of Adult and Continuing Education, 29(2).**
<https://doi.org/10.1177/14779714231160707>
4. **Berry, L. L., Mirabito, A. M., & Baun, W. B. (2010, Dicembre). What's the Hard Return on Employee Wellness Programs? Harvard Business Review. Disponibile su:**
https://creeksidechiro.com/storage/app/media/corporate_chiropractic/harvard-business-review-employee-wellness.pdf
5. **Bertera, R. L. (1990, 1 settembre). The effects of workplace health promotion on absenteeism and employment costs in a large industrial population. American Journal of Public Health, 80(9), pp. 1101-1105.** <https://ajph.aphapublications.org/doi/abs/10.2105/AJPH.80.9.1101>
6. **Bruellman, R., Phalen, S., Ellingson, J. M., Corley, R. P., Wadsworth, S. J., & Reynolds, C. A. (2024, 11 settembre). A twin-driven analysis on early aging biomarkers and associations with sitting-time and physical activity. PLOS One.** <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0308660>
7. **Deloitte. (2024, 6 febbraio). The future of the frontline workforce: A roadmap for the transportation and hospitality industries. Disponibile su:**
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/us-the-future-of-the-frontline-workforce-2024.pdf>
8. **Edelman. (2019, 18 giugno). In Brands We Trust? 2019 Edelman Trust Barometer Special Report. Disponibile su:**
https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-06/2019_edelman_trust_barometer_special_report_in_brands_we_trust.pdf
9. **Ferguson, T., Olds, T., Curtis, R., Blake, H., Crozier, A. J., Dankiw, K., Dumid, D., Kasai, D., O'Connor, E., Virgara, R., & Maher, C. (2022, Agosto). Effectiveness of wearable activity trackers to increase physical activity and improve health: a systematic review of systematic reviews and meta-analyses. The Lancet Digital Health, 4(8).**
[https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500\(22\)00111-X/fulltext](https://www.thelancet.com/journals/landig/article/PIIS2589-7500(22)00111-X/fulltext)
10. **Fisher, J., Bhatt, J., & Fields, A. (2023, 14 novembre). Six leader/worker disconnects affecting workplace well-being. Deloitte Insights. Disponibile su:**
<https://www2.deloitte.com/us/en/insights/environmental-social-governance/six-leadership-disconnects-affecting-workplace-satisfaction.html>

11. Fisher, J., Silvergate, P. H., Bordeaux, C., & Gilmartin, M. (2023, 20 giugno). As workforce well-being dips, leaders ask: What will it take to move the needle? Deloitte Insights. Disponibile su: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/talent/workplace-well-being-research.html>
12. Fisher, J., & Silvergate, P. H. (2022, 22 giugno). The C-suite and workplace wellness. Deloitte. Disponibile su: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/leadership/employee-wellness-in-the-corporate-workplace.html>
13. Fisher, J., Sue Cantrell, Bhatt, J., & Silvergate, P. H. (2024, 18 giugno). The important role of leaders in advancing human sustainability. Deloitte Insights. Disponibile su: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/talent/workplace-well-being-research-2024.html>
14. Gallup. (s.d.). Help employees improve well-being and performance. Gallup. Recuperato l'8 aprile 2025 da: <https://www.gallup.com/workplace/215924/well-being.aspx>
15. Gallup. (2024, 12 giugno). State of the Global Workplace Report. Disponibile su: <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx>
16. Gelles, D. (2015, 27 febbraio). At Aetna, a C.E.O.'s Management by Mantra (Pubblicazione nel 2015). The New York Times. Disponibile su: <https://www.nytimes.com/2015/03/01/business/at-aetna-a-ceos-management-by-mantra.html>
17. Glassdoor. (2019, Agosto). Happy Employees, Satisfied Customers: The Link Between Glassdoor Reviews & Customer Satisfaction. Glassdoor. Disponibile su: <https://www.glassdoor.com/employers/resources/link-between-glassdoor-reviews-customer-satisfaction/>
18. Gonzales, M. (2024, 30 aprile). Here's How Bad Burnout Has Become at Work. SHRM. Disponibile su: <https://www.shrm.org/topics-tools/news/inclusion-diversity/burnout-shrm-research-2024>
19. Hedrick, K., Wigert, B., & Pendell, R. (2024, 4 novembre). Despite Employer Prioritization, Employee Wellbeing Falters. Gallup. Disponibile su: <https://www.gallup.com/workplace/652769/despite-employer-prioritization-employee-wellbeing-falters.aspx>
20. Hemmerdinger, J. (2023, 30 marzo). New EY US Consulting study: employees overwhelmingly expect empathy in the workplace, but many say it feels disingenuous. Ernst & Young. Disponibile su: https://www.ey.com/en_us/newsroom/2023/03/new-ey-us-consulting-study
21. Hirose, R. (2024). Maximizing ROI with Wellhub: The Future of Corporate Wellbeing. Disponibile su: <https://wellhub.com/en-us/blog/press-releases/wellhub-return-on-investment/>
22. Hydari, M. Z., Adjerd, I., & Striegel, A. D. (2022, 19 dicembre). Health Wearables, Gamification, and Healthful Activity. Management Science, 69(7). 10.1287/mnsc.2022.4581
23. Indeed. (2024, 17 settembre). The Indeed Work Wellbeing 100. Indeed. Disponibile su: <https://www.indeed.com/employers/work-wellbeing-100>

-
24. Jeffery, B., Weddle, B., Brassey, J., & Thaker, S. (2025, 16 gennaio). Thriving workplaces: How employers can improve productivity and change lives. McKinsey & Company. Disponibile su: <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/thriving-workplaces-how-employers-can-improve-productivity-and-change-lives>
25. Kaul, B., Matson, P., Nguyen, N., Sheppard, R., & Rick & Regulatory Consulting, LLC. (2024, Febbraio). Effectiveness of Health and Wellness Programs. Society of Actuaries Institute. Disponibile su: <https://www.soa.org/493879/globalassets/assets/files/resources/research-report/2024/effectiveness-of-wellness-programs.pdf>
26. Konrad, W. (2024, 6 febbraio). SoFi Survey: The Future of Financial Well-Being at Work. Disponibile su: <https://www.sofi.com/article/money-life/sofi-survey-the-future-financial-well-being-at-work/>
27. Krekel, C., Ward, G., & De Neve, J. (2019, 3 marzo). Employee Wellbeing, Productivity, and Firm Performance. SSRN. Disponibile su: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3356581
28. Lattice. (2023, 6 dicembre). State of People Strategy Report 2024: Connecting HR to Business Impact. Disponibile su: <https://lattice.com/state-of-people-strategy/2024>
29. Mattke, S., Liu, H. H., Caloyeras, J. P., Huang, C. Y., Van Busum, K. R., Khodyakov, D., Shier, V., Exum, E., & Broderick, M. (2014, 9 gennaio). Do Workplace Wellness Programs Save Employers Money? RAND. Disponibile su: https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RB9744.html
30. McCain, A. (2022, 14 novembre). Zippia. Disponibile su: <https://www.zippia.com/advice/employee-wellness-statistics/>
31. Miller, S. (2012, 12 settembre). Study: Wellness Programs Saved \$1 to \$3 per Dollar Spent. SHRM. Disponibile su: <https://www.shrm.org/topics-tools/news/benefits-compensation/study-wellness-programs-saved-1-to-3-per-dollar-spent>
32. Montes, C. M., & Penzenstadler, B. (2023, 8 agosto). Improved Wellbeing and Resilience via Breathwork Interventions for Computer Workers. Research Square. 10.21203/rs.3.rs-3192152/v1
33. Newsweek. (s.d.). America's Greatest Workplaces for Mental Wellbeing 2024. Disponibile su: <https://www.newsweek.com/rankings/americas-greatest-workplaces-mental-wellbeing-2024>
34. Nightingale, S. (2017, 8 agosto). Increasing productivity by one day each month. University of California. Disponibile su: <https://www.universityofcalifornia.edu/news/increasing-productivity-one-day-each-month>
35. Popera, A. (2025, 29 gennaio). Transform Workplace Mental Health with a Skills-Based Approach. SHRM. Recuperato l'8 aprile 2025 da: <https://www.shrm.org/enterprise-solutions/insights/transform-workplace-mental-health-with-skills-based-approach>
36. Sercekman, M. Y. (2024, 18 luglio). Exploring the sustained impact of the Mindfulness-Based Stress Reduction program: a thematic analysis. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1347336>
-

37. Tergesen, A. (2025, 5 marzo). 401(k) Hardship Withdrawals Hit Record: Foreclosures, Home Repairs Drive Americans to Tap Retirement Savings - WSJ. Wall Street Journal. Disponibile su: <https://www.wsj.com/personal-finance/retirement/401k-retirement-emergency-savings-americans-6a5dfed0>
38. Üngüren, E., Onur, N., Demirel, H., & Tekin, Ö. A. (2024, 12 aprile). The Effects of Job Stress on Burnout and Turnover Intention: The Moderating Effects of Job Security and Financial Dependency. Behavioral Sciences. 10.3390/bs14040322
39. Wellable. (s.d.). 120 Employee Wellness Statistics for 2025. Disponibile su: <https://www.wellable.co/blog/employee-wellness-statistics/>
40. Wellable. (s.d.). 2024 Employee Wellness Industry Trends Report. Disponibile su: <https://www.wellable.co/resources/employee-wellness-industry-trends-reports/2024/>
41. Wellhub. (2023, 18 ottobre). Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale 2024. Disponibile su: <https://wellhub.com/it-it/risorse/ricerca/lo-stato-dell-arte-del-wellbeing-aziendale-2024/>
42. Wellhub. (2024, 16 maggio). ROI del benessere. Wellhub.com. Disponibile su: <https://wellhub.com/it-it/risorse/ricerca/studio-roi-del-benessere-2024/>
43. Wellhub. (2024, 16 ottobre). Lo stato dell'arte del wellbeing aziendale 2025. Wellhub. Disponibile su: <https://wellhub.com/it-it/risorse/ricerca/lo-stato-dell-arte-del-wellbeing-aziendale-2025/>

© Gympass US, LLC (dba Wellhub) 2025

Prodotto negli Stati Uniti d'America Giugno 2025

Wellhub,  e Gympass sono marchi o marchi registrati di Gympass US, LLC, dba Wellhub ("Wellhub"), negli Stati Uniti e/o in altri Paesi.

Il presente documento è aggiornato alla data di pubblicazione iniziale e può essere modificato da Wellhub in qualsiasi momento. Non tutte le offerte sono disponibili in tutti i Paesi in cui Wellhub opera.

I dati sulle prestazioni e gli esempi dei clienti citati sono presentati solo a scopo illustrativo. I risultati effettivi delle prestazioni possono variare a seconda delle condizioni operative specifiche e di altri fattori. LE INFORMAZIONI CONTENUTE NEL PRESENTE DOCUMENTO SONO FORNITE "COSÌ COME SONO" SENZA ALCUNA GARANZIA, ESPRESSA O IMPLICITA, COMPRESSE LE GARANZIE DI COMMERCIALIZZABILITÀ E DI IDONEITÀ A UNO SCOPO PARTICOLARE.

I servizi Wellhub sono garantiti in base a termini e condizioni degli accordi in base ai quali vengono forniti.

Le dichiarazioni relative alla direzione e agli intenti futuri di Wellhub sono soggette a modifiche o revoche senza preavviso e rappresentano solo obiettivi e finalità.
