

"UNA MONTAGNA DI OPPORTUNITÀ"

Referendum welfare in Luxottica: 117 attività per vivere meglio

Il gigante dell'occhiale propone un sondaggio on line
Il 23 maggio incontro con i sindacati per la discussione

Francesco Dal Mas / AGORDO

La "fantasia al potere". Anche in Luxottica, quando si tratta di fidelizzare i lavoratori, pardon i collaboratori. Attraverso non solo i premi da 3800 euro, peraltro contrattualizzati ancora nel 2019, ma con nuove offerte di welfare.

Non hai memoria, come potenziarla? Come gestire lo stress? Di che cosa riempire il tempo libero, quando esci dal posto di lavoro? Vuoi imparare il bon ton piuttosto che partecipare a qualche percorso di cultura locale? Anche di cucina. O perfino di trucco, di canto. Ti interessa fare il prestigiatore? Preferisci andare al cinema o al teatro? Il gigante dell'occhiale ti offre tutto e di più, purchè tu ad Agordo o negli altri paesi dove l'azienda è radicata, non ti annoi e possa condurre una vita almeno serena, se no addirittura felice. O quanto

meno non trovare motivi di 'fuga'; tu e i tuoi figli.

Luxottica, siccome non vuol sbagliare colpo, ecco che in tal senso propone un sondaggio, una specie di referendum, attraverso la propria piattaforma, per capire quali sono le preferenze dei suoi collaboratori e, quindi, per meglio orientare le proprie offerte d'integrazione del salario.

"Una montagna di opportunità" è stato battezzato questo progetto. Il 23 maggio è in agenda un incontro tra l'azienda ed i sindacati per discutere di questa prospettiva, oltre di altri problemi, a cominciare dallo smart working.

«In tempi come questi in cui certi tipi di lavoro, soprattutto manuale, sono poco attrattivi, è saggio», commenta Milena Cesca, della Cisl, «consolidare la capacità attrattiva dell'azienda e, contestualmente, del territorio. Faccio un esempio. Se mia figlia desidera vede-

re un film, devo portarla al cinema a Belluno (noi abitiamo a Calalzo). Il modello di welfare che Luxottica propone riguarda l'implementazione di servizi nel territorio».

Ragguardevole, dunque, il fatto che un'impresa si occupi della persona non solo al lavoro, ma anche del suo bene-stare all'esterno, ovviamente al di là di ogni forma di "dipendenza". Denise Casanova della Cgil precisa, intanto, che il welfare considerato è sempre dentro la norma contrattuale. E che, quindi, non ci sono fughe in avanti. «Un'azienda, dentro il pacchetto possibile, decide che cosa che cosa scegliere e che cosa offrire. Ben venga Luxottica che mette a disposizione il massimo. Tanto meglio se lo fa», aggiunge Casanova, «con il gradimento dei lavoratori. Resta inteso che per il sindacato i due obiettivi prioritari sono la previdenza complementare e l'assi-

stenza sanitaria integrata».

Rosario Marines della Uil condivide l'impostazione dei colleghi. Ricorda che quando i dirigenti del Gruppo hanno spiegato quest'evoluzione del "pacchetto welfare", ancora mesi fa, c'era stata della sorpresa, considerate le novità, ma che è stato sufficiente un minimo di riflessione per concordare sulla necessità di attrezzare il territorio di opportunità di servizi in modo da vivere il territorio stesso, magari rinforzando il senso di appartenenza. E proprio là dove i rischi della marginalità sono maggiori, è appunto saggio rinforzare i percorsi culturali e ricreativi. Anche quelli enogastronomici. Passando magari per il volontariato e per lo sport.

Per ora sul sito dell'azienda le maestranze sono invitate a scrivere "mi piace" alle varie attività. Sono ben 117 quelle fra cui scegliere. Le più votate assicura l'azienda saranno attivate. —

Parti sociali soddisfatte
«Così si consolida
la capacità attrattiva
di un'azienda»

