

L'indagine Club Med-Gidp sui viaggi aziendali

Lavorare a bordo piscina Le imprese dicono di sì

A caccia di nuove soluzioni di welfare, le aziende stanno prendendo in considerazione una via per ora poco battuta, quella del «Bleisure», la fusione di business e leisure, lavoro e tempo libero. «Non sono ancora molte le imprese che hanno messo a punto questa pratica — spiega Daniele Rutigliano, Manager southern Europe M&E di Club Med — ma parecchie stanno cominciando ad apprezzarla, con viaggi aziendali premio per i

dipendenti o organizzando eventi e corsi di formazione in location sempre più appetibili». E per verificare le effettive disponibilità verso la Bleisure, Club Med ha svolto un'indagine tra i membri di Gidp, associazione di direttori del personale. Il risultato: il 69% del campione pensa che organizzare incontri/eventi «a bordo piscina o ai piedi delle piste da sci» possa risultare interessante e creativo per la propria azienda, anche se ritiene che

«sarebbero da valutare attentamente le modalità». Un altro 14% considera l'eventualità «interessante» senza riserve e solo il 17% è totalmente contrario. Ma se questa è la potenzialità per il futuro, per ora l'80% non ha mai organizzato viaggi incentive-business. Quell'azienda su cinque che invece l'ha già fatto, nel 35% dei casi ha realizzato gli eventi in hotel e centri congressi e, in un altro 35% di situazioni, in città d'arte «per respirare anche un po' di cultura».

Un altro 6% ha scelto «il mare in Italia», tanti quanti hanno preferito «il mare in mete lontane», e un altro 6% ha optato per «la montagna per rilassarsi sulla neve dopo qualche ora di riunione». «E chi ha già praticato il Bleisure — commenta il presidente di Gidp Paolo Citterio — vede concretamente aumentare il benessere e l'engagement dei propri dipendenti».

Enzo Riboni

© RIPRODUZIONE RISERVATA