

## TEMA:

**Promuovere/favorire programmi di miglioramento del benessere organizzativo nelle aziende**

## TITOLO DELLA SOLUZIONE

**Un anno in movimento. Idee per un nuovo modo di fare attività fisica**

## AZIENDA/ORGANIZZAZIONE

### **Bauli S.p.a stabilimento Castel D'Azzano**

<b>LOGO AZIENDALE</b>	
<b>Paese</b>	Italia
<b>Indirizzo</b>	Via G.Verdi 3- 37060 Castel D'Azzano (VR)
<b>Tel.</b>	045 8288311
<b>N. di fax:</b>	045 8521166
<b>Email/PEC</b>	<u><a href="mailto:mauro.lippi@bauli.it">mauro.lippi@bauli.it</a></u> <u><a href="mailto:area.tecnica@pec.bauli.it">area.tecnica@pec.bauli.it</a></u>
<b>Referente di progetto</b>	Lippi Mauro- manager Errico Vittorio- direttore di stabilimento
<b>Settore produttivo</b>	Attività di produzione alimentare

## PROBLEMATICA

Bauli S.p.a ha deciso di intraprendere il progetto per far sì che i propri dipendenti, considerato l'aumento dell'età media aziendale, migliorino il proprio stato di salute, anche alla luce dei dati raccolti durante le visite mediche che indicano un numero di ipertesi che si aggira intorno al 40% della popolazione aziendale.

## OBIETTIVI

- Aumento del consumo di porzioni di frutta e verdura
- Diminuzione del consumo di sale
- Maggiore conoscenza di principi alla base della corretta alimentazione e prevenzione di eventi cardiovascolari
- Diminuire il numero di ipertesi

## SOLUZIONE

Il progetto “la scuola delle buone abitudini” è partito con un incontro plenario allo scopo di informare i lavoratori sulla natura e sullo scopo del progetto. Attraverso la raccolta dei determinanti della salute in sede di visita medica, che viene fatta in tre giornate distinte all’inizio e alla fine del progetto, si sono monitorati i risultati quantitativi con particolare attenzione al consumo di frutta e verdure, BMI e ipertensione.

La campagna di comunicazione è stata sviluppata proponendo 3 concept all’azienda che poi ha scelto il più adatto alla popolazione lavorativa in oggetto.

Attraverso una campagna informativa e corsi di formazione, anche esperienziali, si è voluto rendere consapevoli e informati i dipendenti dei principi di base della corretta alimentazione per indurre un cambiamento nelle abitudini alimentari quotidiane che aiuti la lotta all’ipertensione e ad altre malattie cardiovascolari.

Aumento delle ore settimanali di attività fisica, della consapevolezza e conoscenza dei principi alla base dei corretti stili di vita e diminuzione del numero di ipertesi, attraverso:

- Raccolta determinanti della salute: indagine condotta ad inizio e fine progetto tramite report del medico competente con andamento quantitativo sulla popolazione coinvolta nel progetto
- Realizzazione di campagne di comunicazione e di incontri informativi ai dipendenti sui benefici dei corretti stili di vita, sulla corretta postura e sulla corretta alimentazione nel lavoro a turni tramite poster, brochure, pillole informative e focus group
- Creazione punti di distribuzione acqua e di cibo sano
- Formazione gruppi di cammino e incentivo dell’uso della bicicletta
- Redazione report finale con risultati test di autoverifica dei lavoratori iniziali e finali

## RISULTATI

I destinatari dell’intervento sono tutti i dipendenti dello stabilimento di Castel d’Azzano in forza alla partenza del progetto, quindi comprende lavoratori continuativi, stagionali e interinali (300-900 persone).

Al termine del progetto è stato somministrato un test per verificare se le nozioni principali della campagna di comunicazione siano state recepite e se e come questo abbia influito sullo stile di vita dei dipendenti dello stabilimento.

I risultati raggiunti evidenziano in primis un buon coinvolgimento dei lavoratori. Gli aspetti

demografici denotano una prevalente partecipazione della popolazione femminile in età adulta. Il consumo di alcool e le abitudini al fumo rientrano nella norma dei valori nazionali.

Rispetto ai singoli indicatori si evidenzia la positività degli esiti formativi e l'apprezzamento per il rinnovo dell'offerta nei punti ristoro.

### **Ricadute tecniche ed organizzative**

Le ricadute tecniche ed organizzative coinvolgono soprattutto la sfera dell'attività fisica e della corretta postura dove il personale, a propria discrezione e durante le fasce orarie lavorative, può svolgere gli esercizi insegnati.

A causa dei processi produttivi non è stato possibile integrare l'attività fisica in quella lavorativa.

La collocazione dei distributori di acqua e cibo salutare è logisticamente funzionale sia al lavoratore che all'azienda essendo collocata in prossimità delle aree produttive.

Le tempistiche del progetto rendono poco significative le analisi dei valori di pressione arteriosa e di BMI in cui esiti, per definirsi attendibili, necessitano di monitoraggi frequenti e di tempi più ampi.

## **COMUNICAZIONE AI DIPENDENTI**

- Campagna di comunicazione ai dipendenti e incontro formativo

## **COSTI/BENEFICI**

**(compresi benefici e costi umani, sociali ed economici).**

Il costo complessivo del progetto risulta essere di circa 21000,00 euro.

Il cambiamento delle abitudini ha notoriamente tempistiche dilatate dovute ad un processo di motivazione e consapevolezza. I punti di forza sono stati la partecipazione iniziale, un aumento dell'attività fisica dei partecipanti e un aumento di consumo di frutta e verdura.

I punti di debolezza sono stati il drop out dei lavoratori stagionali, la necessità di un percorso a lungo termine per un monitoraggio sui determinanti e i dati su BMI e P.A. che necessitano di un percorso di maggior durata per una corretta interpretazione.

## **DOCUMENTAZIONE DISPONIBILE**

- Materiale per informazione e/o formazione

## **ALLEGATI**

- (File)