



ayming

business
performance
consulting

Comunicato stampa

Barometro sull'Assenteismo® e il Coinvolgimento di Ayming ***L'appuntamento europeo annuale sulla prevenzione dell'assenteismo e sul miglioramento della qualità della vita sul posto di lavoro***

(Ricerca Ayming-Kantar TNS condotta coinvolgendo manager di aziende di 8 paesi a livello europeo)

Il Barometro sull'Assenteismo® e il Coinvolgimento di Ayming riguarda uno studio quantitativo svolto in 8 paesi a livello europeo - Italia, Germania, Belgio, Spagna, Francia, Paesi Bassi, Portogallo, Regno Unito - presso aziende del settore privato. Il sondaggio ha come protagonisti i manager esterni alla funzione HR, il loro coinvolgimento all'interno delle aziende e il loro ruolo rispetto ai collaboratori. La ricerca è stata commissionata da Ayming a Kantar TNS, che ha intervistato 2.843 manager rappresentativi del settore privato, e costituisce la continuazione dell'indagine qualitativa presentata da Ayming nel 2016 sul tema del coinvolgimento dei dipendenti.

Lo studio Ayming presentato nel 2016 aveva dimostrato una forte correlazione tra assenteismo e coinvolgimento, soddisfazione e livello di motivazione dei dipendenti. L'inchiesta quest'anno si è invece focalizzata sul ruolo che hanno i manager nel coinvolgimento dei propri team.

I manager sono più coinvolti e più felici al lavoro e attenti alla salute economica della propria azienda

Lo studio ha in primo luogo analizzato la percezione che i manager hanno del proprio coinvolgimento e comportamento all'interno dell'azienda, dando voce a un punto di vista diverso rispetto alla mappatura effettuata nell'edizione 2016, focalizzata globalmente sulla popolazione aziendale.

I risultati mostrano che:

- i manager si assentano meno per motivazioni legate al proprio lavoro: il 26% dei manager contro il 55% dei dipendenti complessivamente intervistati lo scorso anno. Le assenze dei manager sono principalmente relative a motivi personali, come la salute propria o dei propri cari, a indicare la maggiore responsabilità rivestita da ruoli manageriali, più fortemente coinvolti nei processi interni;
- i manager europei affermano di essere più felici sul posto di lavoro, per l'86%, registrando una percentuale maggiore di 12 punti rispetto alla popolazione aziendale europea (74%). Il risultato relativo ai manager è praticamente identico in tutti i paesi coinvolti nel sondaggio, mentre lo scorso anno le differenze di percezione tra collaboratori di paesi diversi erano maggiormente significative;
- il 71% dei manager europei afferma di essere attento al futuro della propria azienda (contro il 48% del totale della popolazione intervistata lo scorso anno), quelli maggiormente coinvolti sono gli italiani (83%), i meno interessati nel Regno Unito (35%);
- i manager esprimono molto l'orgoglio di appartenenza alla propria azienda. Infatti il 90% a livello europeo raccomanderebbe la propria azienda a un conoscente, e ben più della metà dei collaboratori europei si considera "felice e coinvolto" (79%);

- la soddisfazione dei manager e il loro coinvolgimento sono fortemente correlati alla salute economica e alla capacità di innovazione della propria azienda. In caso di problemi economici dell'azienda i manager si dichiarano, comprensibilmente, meno felici, e manifestano, destando preoccupazione, un senso di "distacco" dall'organizzazione. Il dato relativo al coinvolgimento manageriale scende infatti al 64% contro il 79% in condizioni di benessere economico dell'azienda. Diverso il comportamento osservato nel Regno Unito, dove il rapporto con il lavoro è generalmente più distaccato, indipendentemente dallo stato di salute dell'azienda e in Portogallo dove, al contrario, la motivazione dei manager risulta più elevata a prescindere dal benessere economico dell'organizzazione;
- proprio come il totale della popolazione intervistata nel 2016, anche i manager che si dichiarano felici al lavoro sono più motivati, questo a livello europeo (75%), e specialmente in Francia (82%) e in Italia (87%);
- la motivazione dei manager è anche nettamente superiore (82% in Europa, 89% in Italia), quando cresce la percezione della capacità di innovare della propria azienda.

Basandoci sull'assunto che il manager è un attore importante nell'influenzare la relazione dei dipendenti con il proprio lavoro, il sondaggio quest'anno si è concentrato sul ruolo che essi esercitano in azienda e le loro iniziative per favorire il coinvolgimento e il benessere dei team gestiti.

Il manager al centro della politiche di miglioramento del coinvolgimento efficace e innovativo dei dipendenti

L'indagine Ayming condotta presso 2.843 manager europei dichiara che, per ottenere risultati efficaci in termini di motivazione, l'azienda deve essere chiaramente impegnata a costruire un ambiente di lavoro positivo, attraverso l'ideazione di politiche mirate verso obiettivi chiari, permettendo però ai manager di occuparsi dell'implementazione delle strategie nella quotidianità. L'azienda non si sostituisce al ruolo del manager, vera cinghia di trasmissione tra la direzione aziendale e i collaboratori, ma deve lasciare loro spazio di declinarla secondo il proprio stile e in funzione delle relazioni con i singoli team.

- Quando è l'azienda ad impegnarsi, le azioni utili ed efficaci per consolidare e coinvolgere i team sono:
 - dichiarare la volontà aziendale di accrescere il coinvolgimento dei dipendenti;
 - misurare, a intervalli regolari, il clima organizzativo e la qualità dell'ambiente di lavoro;
 - organizzare delle attività di condivisione in team, come seminari, incontri informali, eventi di team building;
 - programmare momenti di comunicazione in team finalizzati all'organizzazione del lavoro.
- Oltre all'implementazione della strategia da parte della direzione dell'azienda, quello che fa la reale differenza è che l'approccio venga attuato dai manager. All'interno delle aziende che vedono aumentare l'engagement dei propri dipendenti, nel 38% dei casi sono i manager ad aver agito di propria iniziativa.
- Le azioni frutto di iniziative manageriali, condivise dai *people manager* dei diversi paesi europei coinvolti nel Barometro, che si rivelano più efficaci sono:
 - colloqui formali e informali;
 - colloqui periodici sullo sviluppo professionale e sulla progressione di carriera;
 - manifestazioni di riconoscimento del lavoro svolto e feedback sulle performance.

Oltre l'innovazione di prodotto e quella finanziaria, diventa fondamentale l'innovazione manageriale come pilastro della strategia delle aziende

Il livello di coinvolgimento dei dipendenti aumenta nel 37% dei casi quando i manager vengono supportati dalla direzione, contro l'aumento nel 5% dei casi in cui non lo sono; il 34% quando i manager vengono coinvolti in percorsi di formazione sulle *soft skills* contro il 12% quando ciò non avviene; il 38% quando hanno strumenti a loro disposizione contro il 2% di quando non li possiedono.

Giuditta Villa, *Southern Region Associate Director HR Performance* di Ayming, commenta: "Sembra ovvio ma lo studio lo dimostra: quello dei manager è un ruolo chiave per il coinvolgimento dei dipendenti. Le aziende devono investire nello sviluppo del potenziale dei loro *people manager*. Hanno bisogno di essere formati, di essere sostenuti e di avere gli strumenti adatti per svolgere il proprio lavoro. Senza tutto ciò sarà difficile riuscire a coinvolgere i propri team". Aggiunge Villa: "Lo si evince dallo studio, è soprattutto lasciando più libertà ai manager durante le loro attività che si raggiungono i risultati migliori. Quella che chiamiamo "innovazione manageriale", è una cultura che deve favorire la qualità della vita sul posto di lavoro, come leva per la qualità del lavoro stesso".

Riposizionare il manager e chiarire il suo ruolo di "motivatore" è un imperativo di cui le direzioni devono prendere coscienza. Quando infatti i manager sono stati intervistati sulle loro priorità e su quelle assegnate loro dalla direzione, l'ordine appare diverso: se le priorità assegnate dalla direzione sono principalmente operative (riduzione dei costi e gestione della produttività), i manager, per raggiungere gli obiettivi assegnati, preferiscono fare leva sullo sviluppo e il coinvolgimento delle risorse nel proprio team.

Fabien Piazzon, *Wellbeing at Work Expert* di Ayming, dichiara: "Oggi sono ancora poche le direzioni generali che affermano chiaramente che il coinvolgimento dei propri dipendenti è un pilastro nella propria strategia di crescita. E quando lo fanno il coinvolgimento spesso non viene calato nella realtà operativa, dando uniformità alle politiche e monitorandone lo sviluppo e i risultati. Questo risultato appare svincolato dal settore industriale e dal paese di appartenenza".

I manager italiani sono contenti, dinamici e stimolati dall'innovazione

I manager italiani sembrano essere i meno assidui al lavoro tra i manager europei, con un tasso di "sempre presenti" del 48% contro la media europea del 66%. Questo dato va rapportato al 41% registrato dal sondaggio del 2016 sulla popolazione aziendale italiana. I manager italiani sono quindi più onesti nelle proprie risposte e meno affetti dalla "sindrome di negazione dell'assenza" dei manager di altri paesi europei o si assentano davvero più degli altri? Includono nelle assenze anche il tempo dedicato alla formazione e i congedi pagati? La questione resta aperta.

I manager italiani si dichiarano molto contenti e motivati dal miglioramento della salute economica della propria azienda (96% vs la media europea del 93%). I manager italiani manifestano anche il maggiore tasso di coinvolgimento a livello europeo (92% vs 79% della media europea) e sono più interessati alla crescita della propria organizzazione (87% vs una media del 75%).

Orgogliosi della propria azienda sono pronti a raccomandarla a un conoscente (91% vs 90% in Europa). Gli incentivi lanciati recentemente dal governo italiano per favorire l'innovazione hanno avuto un impatto positivo sui manager del nostro Paese: l'89% afferma di essere decisamente più coinvolto quando il tasso di innovazione della propria azienda aumenta, mentre solo il 53% afferma di essere coinvolto in contesti dove non si percepisce una forte innovazione.

In funzione del tessuto imprenditoriale che caratterizza il territorio italiano, a forte rilevanza di aziende di piccole e medie dimensioni quindi di rapporti spesso più informali e collaborativi tra i dipendenti, le prassi manageriali degli italiani figurano tra le più dinamiche e le più avanzate d'Europa. Il manager italiano si preoccupa infatti di coinvolgere i propri collaboratori nello sviluppo dell'azienda (85% vs 81% in Europa) e di creare un reale spirito di gruppo. Ritiene di essere sostenuto dalla direzione e pensa di avere gli strumenti necessari per far progredire il livello di motivazione dei propri team (42% contro il 39% della media europea).

Diversamente da quanto osservato a livello europeo, le priorità dichiarate dai manager italiani sono molto vicine agli obiettivi fissati dall'azienda: gestione dei costi e della produttività, attenzione alla qualità e al coinvolgimento e motivazione dei team.

Hervé Amar, Presidente di Ayming, conclude: "Lo scorso anno il Barometro sull'Assenteismo e il Coinvolgimento di Ayming ha permesso di delineare i meccanismi relativi all'assenteismo e alla demotivazione dei dipendenti; la presente edizione sottolinea il legame tra il livello di coinvolgimento della popolazione aziendale e le corrette strategie manageriali. Raccomandiamo alle aziende di considerare lo sviluppo del potenziale umano come una leva strategica, che favorirà l'aumento delle performance di business. Le direzioni devono investire sui propri manager e ridefinirne il ruolo e assegnare loro, come obiettivo, quello di assicurare il coinvolgimento dei team. Ma soprattutto devono lasciare più libertà e iniziativa nelle loro prassi manageriali, assicurando supporto costante. Il coinvolgimento dei dipendenti è un'importante risorsa per la qualità del lavoro ed elementi chiave per la sostenibilità delle performance aziendali."

Per scaricare lo studio completo cliccare [qui](#)

Ayming

Ayming è un gruppo internazionale di Business Performance Consulting nato dall'unione di Lowendalmasai e Alma Consulting Group. Con sede in 16 paesi - Belgio, Canada, Cina, Repubblica Ceca, Francia, Germania, Regno Unito, Ungheria, Italia, Giappone, Paesi Bassi, Polonia, Portogallo, Spagna, Stati Uniti - è composto da circa 1.500 dipendenti e nel 2016 ha realizzato un fatturato pari a 164 M€. Ayming offre alle aziende un supporto strategico e operativo per il miglioramento e lo sviluppo delle proprie performance in tre aree chiave: Operations, Fiscal & Innovation e HR Performance. La mission di Ayming è di accompagnare i propri clienti attraverso Value Performance Program in prevenzione e gestione del rischio, ottimizzazione dei processi, dell'organizzazione e dei finanziamenti, sviluppo di strategie di crescita delle risorse.

Per informazioni alla stampa:

Ufficio stampa Ayming - Borsani Comunicazione - Silvia Borsani - silvia.borsani@borsani.it, tel. 02781083