

Comunicato stampa

Health Friendly Company (HFC): presentato il network 2023-2024 di Fondazione Onda per promuovere la salute di genere nelle aziende

Sono 37 le aziende premiate con il Bollino HFC (Health Friendly Company) da Fondazione Onda, Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere.

Il Bollino HFC ha premiato le aziende che si sono distinte per l'impegno per la tutela della salute e del benessere dei propri dipendenti o hanno intrapreso un percorso in tale direzione.

Milano, 18 aprile 2023 – Fondazione Onda, Osservatorio nazionale sulla salute della donna e di genere, ha premiato con il Bollino HCF 37 aziende che si sono distinte nel garantire la tutela della salute e del benessere dei propri dipendenti o che hanno avviato un percorso virtuoso in tal senso. Health Friendly Company (HFC) è un progetto di Fondazione Onda, giunto alla sua seconda edizione, che offre un riconoscimento biennale e un percorso formativo che prevede webinar, video informativi, e decaloghi rivolti alle aziende per l'impegno nella tutela della salute dei propri collaboratori.

«A seguito del Covid-19 l'organizzazione del lavoro è profondamente mutata e il tema del benessere personale e aziendale rimane centrale» afferma **Francesca Merzagora, Presidente Fondazione Onda**. *«Il network HFC, rinnovato quest'anno, rappresenta un'importante opportunità per le aziende di essere riconosciute come realtà interessate al benessere fisico e mentale dei propri collaboratori. Siamo piacevolmente sorpresi delle buone pratiche di welfare già attive all'interno delle selezionate realtà che si sono candidate a questo Bando e che desiderano intraprendere un percorso formativo, nella convinzione che un ambiente di lavoro attento al benessere e alla sicurezza dei dipendenti contribuisca a favorire di riflesso anche la produttività aziendale»*.

In questa seconda edizione sono 37 le aziende virtuose premiate con il riconoscimento HFC per il biennio 2023-2024. Si tratta di realtà molto eterogenee per dimensioni, settore merceologico e percorsi avviati: Allianz S.p.A., Andriani S.p.A. - Società Benefit e B Corp, Azienda ULSS2 Marca Trevigiana, Banca Mediolanum, Banco BPM, Biogen Italia, Cantabria Labs Difa Cooper, Carrefour Italia, Crédit Agricole Italia, Daiichi Sankyo Italia, Danone Nutricia S.p.A. Società Benefit, DHL Express Italy, Edison S.p.A., Edwards Lifesciences Italia, EG STADA Group, EISAI srl, ENAV, Eni, Esselunga, Gruppo Iren, Gruppo Veritas, GSK e ViiV, Havas Village Italia, Ipsen S.p.A, Janssen Italia, Leonardo Assicurazioni S.r.l. Società Benefit, Lundbeck Italia, MEDIOBANCA, Novartis Italia, ORGANON Italia, Patheon by Thermo Fisher Scientific, Roche Italia, SANOFI Italia, UniCredit, Yakult Italia, YAMAMAY, Zambon.

«Questa iniziativa è un'importante testimonianza dell'attenzione crescente riservata da Fondazione Onda alla promozione della salute nei luoghi di lavoro», commenta **Giovanna Spatari, Presidente SIML, Società Italiana Medicina del Lavoro**. *«Anche noi, come società italiana di medicina del lavoro, puntiamo molto su questo nuovo approccio in cui le classiche attività del medico del lavoro competente, volte alla prevenzione degli effetti nocivi da agenti di rischio professionali, si coniugano alla promozione di stili di vita corretti, misurati mediante controlli periodici nel tempo, per periodi molto lunghi. La peculiarità consiste nel fatto che l'obbligo di visita periodica interessa, nel nostro Paese, circa 14 milioni di lavoratori che, ogni anno, sono sottoposti al controllo del medico competente, rappresentando così una base di straordinaria importanza per ottenere risultati di*

rilievo. E mi riferisco non solo al classico concetto di promozione della salute ma anche ad una nuova possibilità che potrei definire “la promozione nella promozione” in cui i medici del lavoro, grazie alla loro organizzazione capillare, contribuiscono al completamento di campagne di screening e controllo del SSN per l'accertamento di positività da infezioni quali HCV, HPV ed Helicobacter pylori, ai fini della loro eradicazione per prevenire l'insorgenza di tumori ad esse correlate: le difficoltà incontrate nel reclutamento territoriale tradizionale sono state in parte superate organizzando campagne di prelievo nei luoghi di lavoro».

Il primo anno, all'interno di un percorso formativo composto da 3 incontri di approfondimenti verranno affrontate diverse tematiche quali, ad esempio, i pro e i contro dello smartworking, la violenza sul posto di lavoro, alimentazioni e stile di vita, e depressione post partum. Nel secondo anno invece il percorso formativo verrà costruito ad hoc sulle necessità delle aziende, partendo da un questionario che verrà loro sottoposto per individuare ulteriori tematiche di interesse e selezionando così gli argomenti da affrontare.

*«Come CEOforLIFE, stiamo lavorando con le oltre 200 aziende della Community affinché queste ultime, anche grazie alla sinergia con partner come Fondazione Onda, possano integrare sempre di più all'interno delle loro strategie la promozione della salute, fisica e psicologica delle persone», sottolinea **Giordano Fatali** Fondatore e Presidente di CEOforLIFE. «L'ottica deve essere quella di cercare un equilibrio tra costi, benefici e sostenibilità nel tempo, e lo strumento migliore per raggiungere questo obiettivo è senza dubbio il welfare, che attraverso l'offerta di servizi sempre più personalizzati contribuisce ad aumentare l'engagement dei dipendenti. È attorno alla capacità di investire su questi asset, infatti, che le imprese si giocheranno il loro ruolo di portatrici di un nuovo umanesimo imprenditoriale che potrà renderle protagoniste e motore della ripresa del Sistema Paese».*

L'attribuzione del Bollino avviene sulla base di un questionario strutturato su specifici requisiti e validato da un apposito Advisory Board. Include domande relative all'impegno dell'azienda verso la tutela della salute dei propri dipendenti, tra cui attenzione al welfare aziendale (come retribuzione, orario flessibile, smart working), alle molestie sessuali di genere in ambito lavorativo, alle politiche a sostegno della maternità e della famiglia, alla promozione di campagne informative con l'obiettivo di facilitare l'assunzione di stili di vita corretti. Da quanto è emerso la salute mentale e l'attenzione per gli stili di vita sono gli ambiti in cui le aziende si sono dimostrate maggiormente sensibili.

L'iniziativa gode del patrocinio di ADI – Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica, AIBA – Associazione Italiana Brokers di Assicurazioni e Riassicurazioni, AIWA – Associazione Italia Welfare Aziendale, ANIA – Associazione Nazionale fra le imprese Assicuratrici, CEOforLife, Egualea – Industrie Farmaci Accessibili, Farindustria, FERPI – Federazione Relazioni Pubbliche Italiana, SIML – Società Italiana di Medicina del Lavoro, SINPF – Società Italiana di NeuroPsicoFarmacologia e Sustainability Makers.

Per scaricare la cartella stampa [clicca qui](#)

Ufficio stampa

HealthCom Consulting

Carlotta Freri, mob. +39 333 4642368 email carlotta.freri@hcc-milano.com

Simone Aureli, mob. +39 366 984 7899, email simone.aureli@hcc-milano.com