

Feeling good on the move

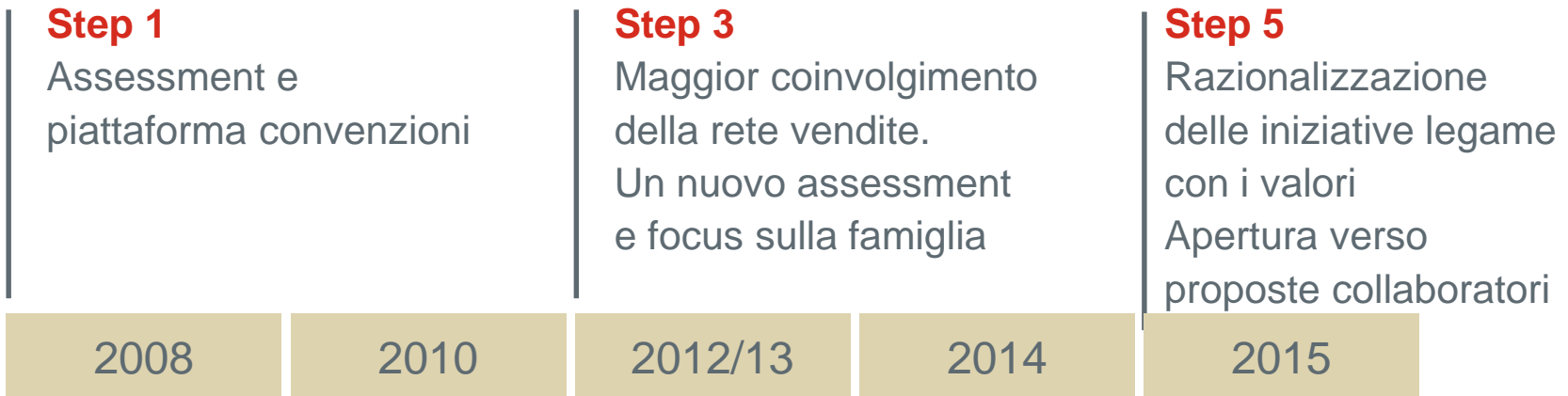


Il caso Autogrill

Milano, 15 aprile 2015

La storia

Da una piattaforma di convenzioni ad attività di vero welfare



Step 2
Il benessere: people
care
E i servizi: worklife
balance

Step 4
La shopping bag:
welfare



2008: L'inizio → L'ascolto e le prime attività

Autogrill ha iniziato a prestare attenzione verso queste tematiche nel 2008 attraverso:

- Un'analisi delle esigenze della propria popolazione attraverso questionari e focus group
- Il lancio del programma Autogrill per noi: una piattaforma di convenzioni per tutti i dipendenti in Italia
- Convenzione con alcuni asili nido di Milano situati lungo le direttrici che permettono di raggiungere gli uffici. Metà della retta viene sostenuta dall'azienda.



2010 maggior attenzione verso il benessere e la salute delle persone

Si inizia a parlare di benessere dentro e fuori l'azienda.

Autogrill lancia il programma buon per me:

- Percorsi benessere nel ristorante aziendale
- Consulenze personalizzate con nutrizionista (online per i colleghi dei punti di vendita)
- Rubriche online sulla corretta alimentazione
- Campagne prevenzione con Lilt
- Campagna vaccinazione antiinfluenzale
- Convenzioni con centri fitness
- Certificati medici di idoneità sportiva non agonistica gratuiti
- Biciclette in sede e spogliatoi

Buon per me.

Qual è il menù che fa per me?

Scegliendo i piatti contrassegnati da uno stesso colore è possibile costruire un menù bilanciato e in linea con le indicazioni della piramide alimentare italiana. A ogni colore corrisponde una proposta pensata per differenti, specifiche esigenze: si può seguire un percorso colorato differente ogni giorno oppure un programma settimanale. A tutti i menù potranno essere aggiunti pane e frutta.

Equilibrato
Basta un po' di energia con pasta, bilanciando energia, proteine e carboidrati, grassi, proteine, vitamine e sali minerali.

In forma
Un menù con tre porzioni per sfidare in forma!
* 100g di frutta e verdura al giorno

Sportivamente
L'aiuto giusto nelle giornate in cui pratichi sport.

In forma
Per chi non ama la carne.

Da la mamma
Per me futura mamma e non mamma.

La Nutrizionista Elisabetta Orsi, che ha pensato con noi i menù, ci guiderà verso un nuovo e corretto stile di vita: non parliamoci le sue indicazioni e appuntamenti nella rubrica dedicata su **Accomax**. Buon appetito e buona salute!

Ciao
RISTORANTE
di tutti gli giorni

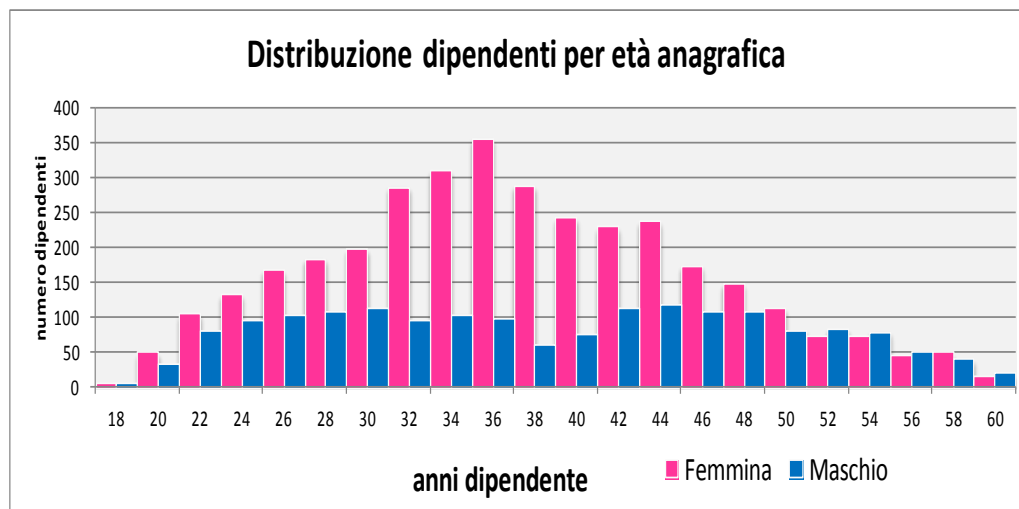
.... e un aiuto nella conciliazione per chi lavora in ufficio

Nascono i servizi e si inizia a parlare di Work life balance:

- Tintoria interna
- Disbrigo pratiche personali in posta
- Meccanico in ufficio
- L'architetto in ufficio

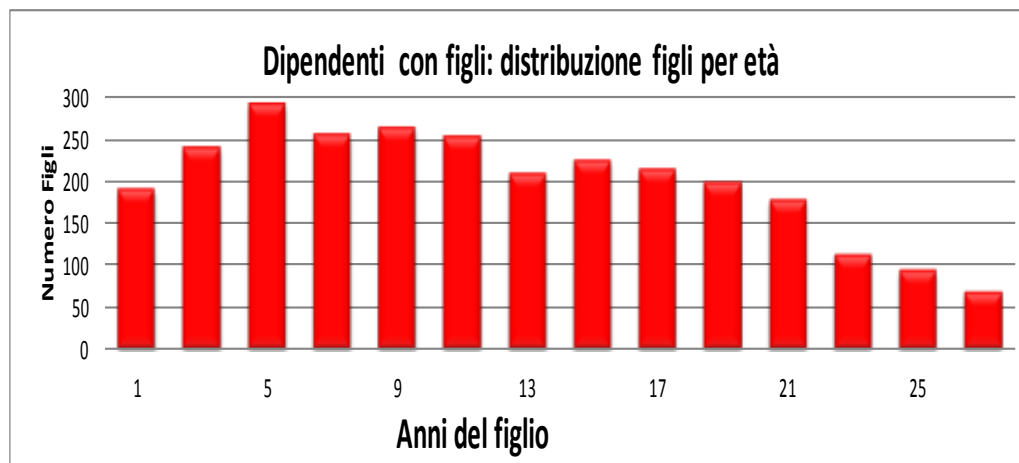


2012: Analisi Demografica e Assessment delle iniziative in essere



Importante concentrazione della popolazione tra i 31 e 45 anni (pari al 53% del totale). In questa fascia di età la presenza femminile è pari al 75%.

Oltre 5.000 figli di cui il 60% da genitore di sesso femminile



2012/2013 coinvolgimento maggiore dei colleghi dei punti vendita e focus sulla famiglia

- Lancio del servizio SOS famiglia: supporto per figli, disabili e genitori anziani
- Supporto alle famiglie per l'orientamento scolastico (scelta superiori e università) in collaborazione con l'Università cattolica del sacro cuore
- Visite guidate alle mostre/città d'arte
- Incontri sulla genitorialità (bambini e adolescenti) con il supporto di uno psicologo specializzato

perXnoi

Autogrill ti supporta nella scelta dell'orientamento **universitario**

Copia



Ascolta. Risponde. Aiuta.

2014: un importante passo avanti da people care a welfare

Nasce la *Shopping Bag Autogrill*: un progetto a sostegno del reddito che raggiunge tutti in tutta Italia.

La shopping bag è una “scatola” contenente una selezione di prodotti di marca di uso quotidiano del valore commerciale di circa 80 € (Rif. GDO)

La gestione del progetto è tutta interna e ogni dipendente riceve la sua shopping bag sul proprio luogo di lavoro.



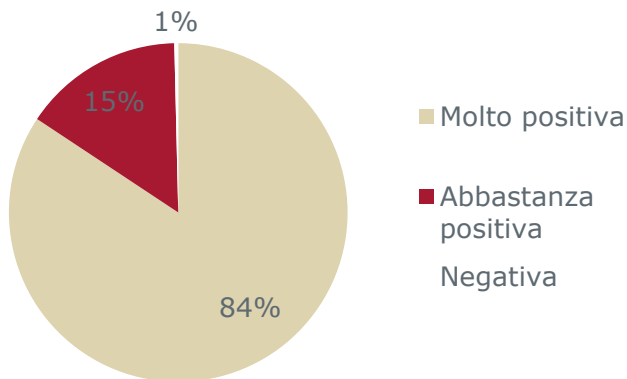
2014: Shopping Bag – un “successo” come ci hanno detto i nostri collaboratori

E' stato erogato un questionario sulla Intranet, e le circa 1000 risposte spontanee ci hanno detto che:

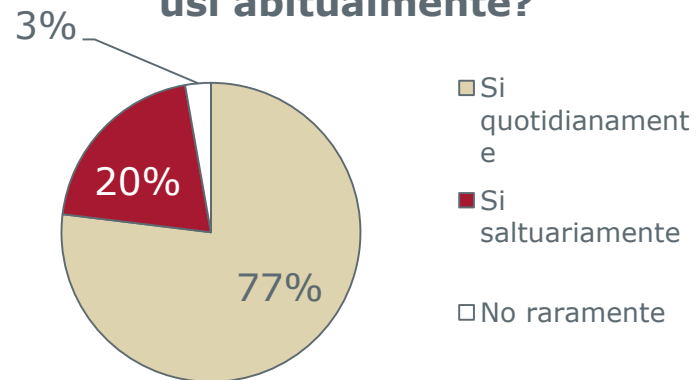


- L'iniziativa è stata percepita come segno di attenzione verso la persona da parte dell'azienda.
- Sarebbe bello che fosse replicata almeno una volta.
- Sarebbe interessante utilizzarla come premio o incentivo.
- Sarebbe bello poterla personalizzare in qualche modo.

Giudizio sull'iniziativa



Hai trovato prodotti che usi abitualmente?



II 2015

Nel 2015 Autogrill ha:

- Razionalizzato il portafoglio iniziative e lavorato su partnership con altre aziende sul territorio per proporre un minor numero di convenzioni a più alto impatto
- Collegato le iniziative di people care e welfare ai valori aziendali
- Abbiamo rafforzato il tema della prevenzione
- Inserito iniziative suggerite dai dipendenti



BUON PER ME: SALUTE

- Visite Nutrizionista
- Percorsi in forma in mensa
- **Convenzioni palestre**
- Certificati di idoneità sportiva
- **Campagne informative su Aconnect**
- Avis donazione sangue
- Campagne prevenzione Lilt
- Incontro prevenzione seno
- **Vaccinazione antiinfluenzale**
- **Convenzione per occhiali, terme, apparecchi acustici e cure dentistiche**



FAMIGLIA E TEMPO LIBERO

- **SOS famiglia (help desk)**
- Convenzione asili nido
- **Incontri orientamento**
- **Incontri sulla genitorialità**
- **Ripetizioni di matematica online**



RISPARMIO TEMPO E DENARO

- Servizi : tintoria, ufficio posta, acquisto cassette cortiglia, - **temporary shop, compilazione 730, visite guidate alle mostre, meccanico, calzolaio, abbonamenti ATM, l'architetto in sede**
- **Sconti biglietti EXPO**
- Convenzioni: **combipel, pittarello, salmoiraghi, Amplifon, Apple...**

Shopping bag Autogrill

In **rosso** le iniziative che coinvolgono anche la **rete vendite**

Le attuali sfide per Autogrill

- La comunicazione efficace delle iniziative

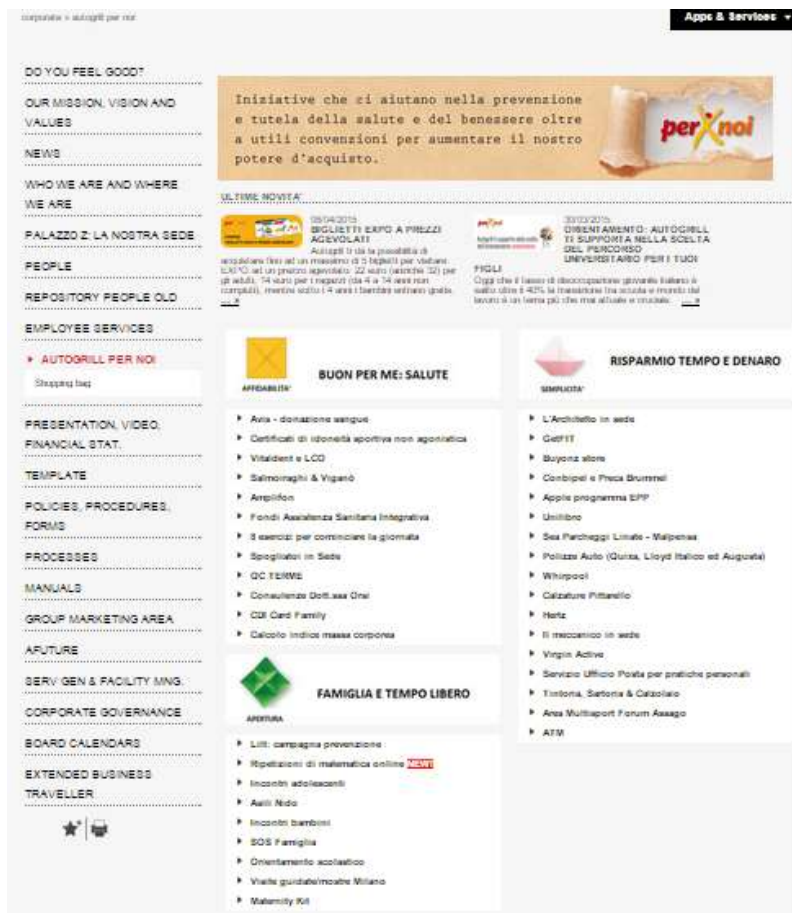
- La dislocazione geografica per scelta e delivery delle iniziative

- Individuare iniziative di “valore” per i dipendenti sostenibili economicamente



.... Uno sforzo di comunicazione per raggiungere tutti online

Un'area dedicata sulla intranet costantemente aggiornata con attività, spunti e video testimonianze di chi i servizi li ha provati...



The screenshot shows the Autogrill intranet homepage. On the left is a navigation menu with categories like 'DO YOU FEEL GOOD?', 'OUR MISSION, VISION AND VALUES', 'NEWS', 'WHO WE ARE AND WHERE WE ARE', 'PALAZZO 2, LA NOSTRA SEDE', 'PEOPLE', 'REPOSITORY PEOPLE OLD', 'EMPLOYEE SERVICES', 'PRESENTATION VIDEO, FINANCIAL STAT.', 'TEMPLATE', 'POLICIES, PROCEDURES, FORMS', 'PROCESSES', 'MANUALS', 'GROUP MARKETING AREA', 'AFUTURE', 'SERV. GEN & FACILITY MNG.', 'CORPORATE GOVERNANCE', 'BOARD CALENDARS', 'EXTENDED BUSINESS TRAVELLER'. The main content area features a banner for 'per noi' (per noi) with the text 'Iniziative che ci aiutano nella prevenzione e tutela della salute e del benessere oltre a utili convenzioni per aumentare il nostro potere d'acquisto.' Below this are sections for 'ULTIME NOTIZIE' (Latest News) with articles on 'BIGLIETTI EXPO A PREZZI AGEVOLATI' and 'DISENTANGAMENTO: AUTOGRILL TI SUPPORTA NELLA SCELTA DEL PARCO UNIVERSITARIO PER I TUOI FIGLI'. There are also three service tiles: 'BUON PER ME: SALUTE' (Affabilità) listing services like blood donation and sports certificates; 'RISPARMIO TEMPO E DENARO' (Semplicità) listing services like architect in seat and car rental; and 'FAMIGLIA E TEMPO LIBERO' (Apertura) listing services like prevention campaigns and online maintenance.



...e off line

Un catalogo cartaceo inviato a tutti con tutte le iniziative

