

Negli ultimi decenni, il mondo del lavoro sta vivendo un processo di trasformazione.

L'instabilità e la mutevolezza dei mercati, una nuova identità del lavoro e una visione dell'uomo come agente e protagonista di un processo di cambiamento culturale impattano sulle forme di partecipazione dei lavoratori alla gestione dell'impresa, allo sviluppo della contrattazione decentrata e al grande aumento di lavoratori autonomi (F. Seghezzi, *La nuova grande trasformazione del lavoro: alla ricerca di una identità del lavoro che cambia*, La Grande Trasformazione del Lavoro, *Il Sole 24 Ore*, Nòva, 22 settembre 2014).

In questo contesto, **un numero considerevole della forza lavoro appartiene ad un gruppo di persone nate tra il 1980 e il 2000, con diversi desideri rispetto a quelli delle generazioni precedenti. Tali individui sono comunemente chiamati Generazione Y o Millennials (Strauss, Howe, *Millennials Rising: The Next Greatest Generation*, Vintage Books, 2000).** Queste persone si sono sviluppate in un mondo in continua evoluzione tecnologica e informatica, fortemente globalizzato e mutevole, in cui i posti di lavoro devono supportare sempre di più i rapidi cambiamenti dinamici dell'organizzazione e i concomitanti bisogni del personale circa l'ambito del *work-health-life-balance*, diventato il compito più significativo per la funzione Human Resources (S. Young Lee, J. Brand, *Effects of control over office workspace on perceptions of the work environment and work outcomes*, *Journal of Environmental Psychology* , 25, pp. 323- 333, 2005).

Un recente studio *The Consumer Health Mindset* di AON Hewitt in collaborazione con il National Business Group on Health e il Futures Company esplora prospettive, atteggiamenti e comportamenti che le persone, appartenenti alla Generazioni Y e precedenti, detiene verso la salute e l'assistenza sanitaria, nonché il loro comportamento sui piani di salute e programmi di *wellness* proposti dal datore di lavoro.

Nel merito, il report di commento si divide in cinque aree cruciali: *wellness* personale, *wellness* organizzativo, programmi di promozione e prevenzione alla salute, partecipazione ai piani sanitari e l'utilizzo di canali di comunicazione. Inoltre, lo studio si è svolto negli Stati Uniti nel periodo fra Agosto e Settembre 2013 con un campione di riferimento di 2.732 persone così suddiviso: 55% donne e 45% uomini con un'età media fra i 30 e i 49 anni e con un impiego full-time (77%) (per

altre informazioni sul campione consultare il report di riferimento).

Addentrando nei contenuti dell'indagine, **lo studio rileva che gli iscritti a un piano sanitario sono più propensi a valutare la loro salute come molto buona o eccellente (65%) contro il 60% di chi non è iscritto a nessun programma.** Interessante diviene anche il dato sulla percezione che le persone hanno della propria salute: il 92% la valuta buona ma di questi, in realtà, risultano in sovrappeso o obesi il 59%.

Per i programmi di promozione e prevenzione alla salute sul luogo di lavoro, l'indagine rileva che l'86% ritiene che essi abbiano molti vantaggi, in primis quello di essere un buon investimento di business per il datore di lavoro. A sostegno di ciò, nello studio in oggetto, si evidenzia che i dipendenti nel settore sanitario o in società di assistenza sociale valutano il loro posto di lavoro come un luogo di supporto alla promozione e prevenzione della salute (44%).....

**Continua a leggere l'articolo su [Nòva](#)
Fabiosa Silvaggi Scuola internazionale di dottorato in Formazione della
persona e mercato del lavoro**

ADAPT-CQIA, Università degli Studi di Bergamo

@FabiosaSilvaggi