

Comunicato Stampa

Settimana lavorativa corta: l'agenzia di comunicazione GoodCom conferma la sperimentazione fino alla fine dell'anno.

Macerata, 25 settembre 2023 - Nuova organizzazione del lavoro, sempre di più all'insegna dei criteri ESG.

GoodCom, azienda che opera nel campo della comunicazione sostenibile sviluppando percorsi di marketing in linea con i criteri ESG, **conferma fino alla fine dell'anno la sperimentazione della settimana lavorativa corta avviata nei mesi scorsi.**

Si tratta di un **periodo sperimentale** durante il quale il team lavora **trentasei ore settimanali**, invece delle canoniche quaranta, ma a parità di retribuzione.

Il venerdì mattina, infatti, si lavora in smart-working e il pomeriggio non sono operativi, iniziando così a godere anticipatamente del week-end, della famiglia e investendo l'aumentato tempo libero negli interessi personali.

Il venerdì è quindi il giorno della settimana in cui GoodCom, all'interno della propria organizzazione, esprime la sua **missione sostenibile**: non solo ottimizzando i consumi e portando avanti un comportamento virtuoso di risparmio energetico, ma valorizzando le proprie persone e mettendole, ancora di più, al centro della propria visione.

Un periodo sperimentale avviato grazie alla lungimiranza del management e che posiziona l'agenzia come una delle poche aziende italiane ad aver intrapreso questa strada al fianco di realtà come Intesa San Paolo.

Una nuova formula organizzativa che, carente ancora di una normativa dedicata, esprime la volontà di rendere il lavoro sostenibile, dando priorità a valori come soddisfazione, autonomia, serenità e flessibilità.

Ed è proprio la flessibilità a essere considerata rilevante per la maggior parte dei lavoratori italiani, l'83%, come emerge dal Randstad Workmonitor, l'indagine realizzata da Randstad in 34 Paesi del mondo con trentacinquemila lavoratori intervistati (di cui mille dipendenti in Italia).

Dalla stessa ricerca emerge che, nel nostro paese, ben il 29% preferirebbe la settimana corta, idealmente sperimentandola con una formula con il 100% dello stipendio e l'80% dell'orario di lavoro, analoga a quella inglese adottata lo scorso anno nel Progetto Pilota "4 Day Week Global" e, quindi, molto vicina a quella adottata dalla green agency.

*"Ho deciso di sperimentare la settimana corta – commenta **Alessandra Mallamo, Amministratore Unico di GoodCom** – per offrire alle mie collaboratrici **flessibilità, empowerment ed equilibrio nella propria vita.***

*A guidare la crescita di una squadra sono gli obiettivi condivisi e i gesti concreti, come – appunto – il dare più tempo, non il refrain ormai insostenibile sulla performance, sul risultato "a ogni costo", sulla gestione dello stress che colpevolizza. La verità è che ci vuole **un altro modo di lavorare e di vivere** e ci vuole concretamente più tempo per fare*

ciò che i greci definivano "cura di sé", l'occuparsi di se stessi, che poi è il modo migliore per dare al massimo il proprio contributo nelle cose della vita.

*Si tratta di un **cambio di paradigma** nell'organizzazione del lavoro che noi manager dobbiamo incoraggiare e diffondere.*

Essere donna e avere un team prevalentemente composto da donne certamente mi ha aiutato ad accelerare la transizione verso un nuovo modo di lavorare, ma il problema dell'equilibrio tra vita lavorativa e vita privata, spesso legato a una discriminante tutta femminile, produce soluzioni che migliorano le condizioni per tutti ed è questo che dobbiamo auspicarci.

Inoltre, sempre di più le nuove generazioni considerano prioritario il cosiddetto work-life balance e attribuiscono valore crescente al tempo libero; è quindi anche pensando a loro che è diventato urgente trovare soluzioni sostenibili e efficaci e all'insegna della piena collaborazione fra noi aziende, sindacati, e ovviamente il Governo.

Non dimentichiamoci poi che la settimana lavorativa corta potrebbe diventare uno strumento in grado di attrarre nuovi talenti, come gli stessi Direttori del Personale riconoscono. Cito solo, a riprova, un'indagine condotta dalla società AIDP (Associazione Italiana per la Direzione del Personale) su 1000 direttori del personale che ha rivelato che il 53% degli intervistati sarebbe favorevole alla settimana corta.

Prosegue, poi, Alessandra Mallamo "Il bilancio dei mesi finora trascorsi è positivo: il team appare già meno predisposto allo stress e all'ansia. Più soddisfatto e sereno. E la produttività non sembra diminuita, anzi. In realtà, abbiamo acquisito, da quando è iniziato il periodo di prova, nuovi clienti."

Contatti Ufficio Stampa & GoodCom

Patrizia Brunetti - comunicazione.patriziabrunetti@gmail.com - 347 0031772

Info su GoodCom

Comunicazione & Game Changer

GoodCom, facendo proprie le parole del suo fondatore, Giorgio Tanoni (Co-Founder & CEO di Adriatica Oli), agisce come divulgatore di un principio tanto semplice quanto essenziale **"Fai. Fai bene. Racconta ciò che fai."**

Per rendere accessibili e trasversali, grazie alla **Comunicazione**, i valori di **Innovazione e Sostenibilità** non è sufficiente fare, ma è necessario raccontare, condividere con gli altri le proprie esperienze e i propri risultati per innescare un processo **"moltiplicatore"** del comportamento virtuoso di aziende e attori sociali.

Solo così prolifereranno i **Game Changer** e la sostenibilità si tradurrà in comportamenti sempre più diffusi.

Community & Experience

GoodCom sviluppa **Progetti di Comunicazione** per rendere gli attori e i consumatori di una categoria merceologica una reale **Community**, generando **esperienze di call to action sostenibili** in cui tutti coloro che sono coinvolti ottengono benefici importanti producendo, contemporaneamente, benessere per le persone e per il pianeta.

Come **Amicambiente**, che nasce con l'obiettivo di creare una community di ristoratori che agiscono a favore della sostenibilità ambientale mettendo in atto buone pratiche che riducono fattivamente le emissioni di CO2, a partire dal riciclo responsabile degli oli vegetali esausti in partnership con Adriatica Oli. I ristoratori affiliati ad Amicambiente partecipano a **progetti di piantumazione locali** promossi da Adriatica Oli e volti a sostenere l'ecologia e l'economia del territorio, contribuendo alla lotta globale contro il cambiamento climatico. I ristoratori affiliati ricevono, infine, una serie di **servizi formativi e comunicativi** sviluppati da GoodCom stessa grazie al network di ricercatori e studiosi a cui fa riferimento.

Sostenibilità e Storytelling

GoodCom coniuga la sostenibilità delle esperienze che sviluppa per i propri clienti con **prodotti di comunicazione sostenibili** che attestano in modo tangibile la vocazione sostenibile delle aziende partner e la propria e che contribuiscano a raggiungere uno o più obiettivi definiti dall'**Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile**.

Servizi di **Web Design** attivati su Server Sostenibili, materiali di **Below the Line** lavorati con fornitori certificati e su materiali riciclati, Piani di **Engagement Activities** ed **Eventi** per contribuire attivamente al recupero ambientale, sociale e culturale, sono solo alcuni esempi delle attività sviluppate da GoodCom sin dai suoi esordi.

Per maggiori informazioni <https://www.goodcom.it/>