

Assicurazione infortuni: prolungare online la protezione assicurativa

L'ASSICURAZIONE PER CONVENZIONE IN FORMATO **DIGITALE**

Numerosi collaboratori apprezzano la possibilità di poter prendere un congedo non retribuito più lungo. Altri approfittano di cambiare lavoro per prendersi una pausa di più mesi. In questi casi stipulare l'assicurazione per convenzione offre la giusta soluzione per continuare a beneficiare delle prestazioni dell'assicurazione obbligatoria contro gli infortuni (LAINF).

Nell'ambito dell'assicurazione per convenzione, dal 1° gennaio 2017 Visana offre la possibilità della stipula online, al fine di semplificare i processi per tutte le persone coinvolte. In futuro i lavoratori potranno richiedere la protezione assicurativa desiderata con pochi clic tramite il formulario presente al sito www.visana.ch/clienti_aziendali > Menu Clienti aziendali > Assicurazione per convenzione e pagare direttamente online (le cedole di versamento utilizzate finora non saranno più impiegate). La condizione per poter usufruire di questo servizio è che il datore di lavoro disponga di un'assicurazione obbligatoria contro gli infortuni secondo la LAINF presso Visana.

Daniel Zeindler
Responsabile Centro di competenza

Utile in caso di cambio del posto di lavoro

Con un'assicurazione per convenzione, le persone con un'occupazione di almeno otto ore settimanali possono prolungare l'assicurazione contro gli infortuni non professionali prevista dalla legge per un massimo di sei mesi. Quest'esigenza si verifica, per esempio, in caso di vacanze non retribuite o quando si cambia posto di lavoro, visto che la copertura assicurativa del datore di lavoro avuto finora si estingue automaticamente 31 giorni dopo la fine del rapporto di lavoro.

Sondaggio online tra i lettori – la vostra opinione ci interessa

Aiutateci a migliorare la nostra rivista per i clienti aziendali «Visana business News» e dedicate cinque minuti del vostro tempo per compilare il nostro sondaggio online. Con un po' di fortuna potete vincere uno dei 20 cestini freshbox, contenenti tanta frutta ricca di vitamine. Quali rubriche di «Visana business News» leggete regolarmente, quali temi secondo voi sono trattati troppo poco, vi piace il layout? Ci teniamo a ricevere le vostre risposte e osservazioni poiché ci aiutano a migliorare e rendere ancora più interessante la nostra rivista per i clienti aziendali.

Diteci la vostra opinione! • Per compilare il sondaggio online ci vogliono solo cinque minuti. Comunicateci cosa vi piace della nostra rivista e dove vedete potenziale di miglioramento. Saremo lieti di ricevere i vostri feedback di cui terremo conto nella futura realizzazione di «Visana business News».

Vincete un freshbox • Tra tutti i partecipanti al sondaggio online mettiamo in palio 20 freshbox (www.freshbox.ch) di frutta. Termine di partecipazione: 30 giugno 2017.

Come partecipare • Procedete nel seguente modo per accedere al sondaggio: aprite la pagina Internet www.visana.ch/enquete2017 (solo in francese), andate su www.visana.ch/clienti_aziendali e cliccate su «Sondaggio Visana business News» oppure leggete il codice a barre seguente con l'apposita App installata sul vostro smartphone. Grazie mille.



Ritratto dei clienti

FlowerPower: offerente premium nell'ambito del fitness

Gestione aziendale della salute

Promozione della salute sul posto di lavoro

Prevenzione infortuni

«Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» a Engelberg

Visana business News

Rivista per i clienti aziendali 2/2017

visana
Tutt'intorno a voi.

EDITORIALE



CARE LETTRICI, CARI LETTORI,

siamo quasi nella seconda metà dell'anno. Ciononostante, lasciatemi dare ancora uno sguardo all'anno 2016. Nonostante le difficili condizioni di mercato, il Gruppo Visana può nuovamente vantare un anno d'esercizio positivo. Questo include anche l'ambito dei Clienti aziendali. In questo contesto la nostra attenzione è stata rivolta in modo ancora più mirato verso la migliore qualità dei servizi e l'assistenza competente al fine di potervi offrire un valore aggiunto. Se siete interessati a conoscere le cifre in dettaglio del Gruppo Visana, vi invitiamo a voler leggere il Rapporto di gestione che trovate online al sito reports.visana.ch oppure ne potete richiedere una copia stampata tramite la cartolina di risposta allegata sul retro.

Cosa ne pensate di escursioni e arrampicate? Vi sentite sempre sicuri in cima alle montagne o sulle vie ferrate oppure avete già vissuto situazioni critiche? Sono lieto di proporvi la partecipazione alla nostra «Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» che si terrà il 1° settembre nella regione di Engelberg. Trascorrete una giornata all'insegna della prevenzione in montagna sotto la guida di esperti. Maggiori informazioni a pagina 11.

Inoltre, ci piacerebbe sapere cosa ne pensate della nostra rivista per i clienti aziendali «Visana business News». Vi piacciono i contenuti e il layout? Vorreste che fossero trattati anche altri temi? Investite cinque minuti del vostro tempo e partecipate al nostro sondaggio online su www.visana.ch/enquete2017. Diteci la vostra opinione! Con un po' di fortuna potete vincere uno dei 20 cestini freshbox contenenti tanta frutta ricca di vitamine. Potete trovare maggiori informazioni in merito a pagina 12.



Vi auguro una piacevole estate e non vedo l'ora di fare nuovi incontri.

P. Bühlmann

Patrizio Bühlmann
Membro della Direzione, responsabile settore Clienti aziendali

SOMMARIO

FlowerPower: concetto e posizione sono determinanti 3

Modifiche della Legge federale sull'assicurazione contro gli infortuni (LAINF) 6

Luci puntate su una collaboratrice Visana 8

Speciale GAS: promozione della salute sul posto di lavoro 10

Gratuitamente alla «Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» 11

Sondaggio tra i lettori: vincete un freshbox 12



Nota editoriale

«Visana business News» è una pubblicazione di Visana Services SA rivolta ai suoi clienti aziendali. • Redazione: Stephan Fischer, Karin Roggli • Indirizzo: Visana business News, Weltpoststrasse 19, 3000 Berna 15 • Fax: 031 357 96 22 • E-mail: business@visana.ch • Grafica: Natalie Fomasi, Elgg • Frontespizio: Mauro Mellone • Stampa: Appenzeller Druckerei • Internet: www.visana.ch/clienti_aziendali www.facebook.com/Visana2



FlowerPower -
fornitore premium nel settore fitness e wellness

IL CONCETTO E LA LOGICAZIONE
SONO **FATTORI** DETERMINANTI
PER IL SUCCESSO

In Svizzera, circa una persona su otto annovera il «fitness» tra i propri hobby. La maggior parte di loro ha un abbonamento in un centro fitness, dove si allena più o meno regolarmente, utilizzando gli attrezzi o i pesi oppure frequentando uno dei corsi fitness di gruppo più alla moda. FlowerPower è uno dei fornitori premium in questo mercato sempre più agguerrito.

I centri fitness della prima ora – dove bodybuilder palestrati e sportivi dilettanti gemono, spesso per ore, sotto il peso dei manubri per rifinire i loro bicipiti – richiedono un grande impegno. Le aziende concorrenti, sotto forma di piccole e grandi catene, competono per accaparrarsi quote di mercato e, nella maggior parte dei casi, offrono molto di più del classico assortimento di attrezzi e pesi. Come FlowerPower, ad esempio, che grazie alle sue offerte combinate di fitness, wellness e alimentazione è uno dei fornitori leader del settore nelle regioni di Berna, Soletta e Argovia.

Concorrenza in pieno corso

A seconda dello studio di riferimento, si calcola che circa il 10–15 per cento della popolazione svizzera abbia un abbonamento in palestra, quindi 850 000–1,25 milioni di persone. «Un'ampia fetta

di mercato in forte crescita, ma anche molto contesa», afferma Helko Roth, Responsabile Marketing & Business Development, divisione Tempo libero, della Cooperativa Migros Aare, proprietaria dei dodici centri fitness e wellness FlowerPower. I fornitori più economici che offrono meno servizi, le nuove imprese locali e le catene estere aumenterebbero la concorrenza locale.

«Le conseguenze di tutto ciò sono la professionalizzazione e la polarizzazione del mercato – un fenomeno tipico che riguarda l'evoluzione dei mercati», spiega Helko Roth. «Il mercato non cresce in larghezza, bensì soprattutto ai poli, ovvero nel segmento dei prezzi elevati, dove ci posizioniamo noi con FlowerPower, e nel segmento dei prezzi bassi, dove i fornitori più economici attirano i clienti con abbonamenti annuali al di sotto dei

500 franchi», continua l'esperto di marketing. Questa «crescita polare» va a scapito delle imprese individuali e dei centri fitness con posizioni meno definite sul mercato.

Successo garantito solo con una location ideale

Oggi, chi vuole avere successo nel settore del fitness ha bisogno di due cose: un buon posizionamento e una location ideale. I centri commerciali e le location situate in prossimità delle grandi arterie viarie sono tra le sedi preferite dei centri FlowerPower. «I centri commerciali devono trasformarsi, poiché le abitudini di acquisto dei clienti sono palesemente cambiate in seguito all'incremento del commercio online. La domanda cruciale che i fornitori devono porsi è la seguente: «Come possiamo incrementare l'afflusso di persone nei centri commerciali?». In questo contesto, si prospetta una nuova opportunità per i centri fitness – intesi come i nuovi affittuari – che risulta essere vantaggiosa per ambo le parti», spiega Helko Roth.

FlowerPower

A fine anno, FlowerPower aprirà il 13° centro fitness e wellness nel centro di Berna. La scelta di location ideali, situate in luoghi di grande affluenza come i centri commerciali, fa parte della strategia dell'azienda, fondata nel 2005 a Bözingen, nei pressi di Bienne. Solo un anno dopo la sua fondazione, i due fondatori Jochen Müller e Boris Caminada hanno venduto il loro concetto (la combinazione di movimento, relax e alimentazione in un'unica offerta di fitness e wellness) e la loro azienda alla Cooperativa Migros Aare (Cantoni Argovia, Berna e Soletta) assumendo funzioni direttive all'interno della divisione Tempo libero. Ad eccezione del centro di Marin-Epagnier nei pressi del Lago di Neuchâtel, tutte le sedi si trovano all'interno del territorio della Cooperativa Migros Aare. FlowerPower conta attualmente circa 16 500 soci e quasi 550 collaboratori. www.flowerpower.ch

FLOWERPOWER
FINEST FITNESS & WELLNESS

A fine anno, verrà inaugurato il tredicesimo centro FlowerPower, non in un centro commerciale, ma nel centro di Berna. Con una superficie di circa 2000 metri quadri, sarà il centro più grande finora realizzato: un flagship store classico situato in una posizione centrale. «Per noi, però, è sempre più difficile trovare delle location ideali che soddisfano i requisiti di cui abbiamo bisogno», spiega Roth parlando dei futuri piani di espansione di FlowerPower. La crescita al di fuori dei confini geografici della Cooperativa Migros Aare – progetto per altro già realizzato una volta con la sede di Marin-Epagnier, nel Canton Neuchâtel – è sicuramente fattibile. Tuttavia, l'attenzione di FlowerPower è rivolta principalmente ai Cantoni Argovia, Berna e Soletta.

Un servizio esclusivo

Tra i concorrenti che ambiscono a guadagnarsi le simpatie degli amanti del fitness, FlowerPower si posiziona nel segmento di prezzo più alto. Qui può avere successo solo chi ha un buon concetto che gli consenta di distinguersi dalla concorrenza e che offra ai clienti – in prevalenza donne da FlowerPower – un valore aggiunto concreto. «In qualità di fornitori premium offriamo servizi esclusivi nei settori fitness, wellness e alimentazione. In questo modo convinciamo i nostri clienti a pagare qualcosa in più pur di avere un valore aggiunto», dichiara Helko Roth.

Nel settore wellness non basta più offrire «solo» diversi tipi di sauna. Oggi, per esempio, bisogna offrire ai clienti la possibilità di assistere a eventi in cui dei veri e propri cerimonieri versano l'acqua sulle pietre arroventate. Molto amati sono anche i corsi di cucina della durata di 30 minuti durante l'ora di pranzo, che si possono seguire pagando una piccola quota di partecipazione di dieci franchi. L'assistenza da parte di personal trainer perfettamente istruiti mediante piani di allenamento individuali e controllo dei risultati è un must molto richiesto dai clienti. Il servizio di baby-parking, le allettanti offerte fitness di gruppo con i corsi più alla moda rientrano ovviamente tra i servizi di base proposti da FlowerPower.

Un luogo d'incontro moderno

Come spiega Helko Roth, la voglia di fare del movimento insieme ad altre persone con le quali si condivide uno stesso interesse gioca un ruolo importante proprio nelle attività di gruppo. Questa dichiarazione è leggermente in contrasto con la convinzione localmente diffusa che i centri fitness siano luoghi in cui ci si allena soltanto nell'anonimato per poi sparire nuovamente. Roth sostiene che, invece, sia possibile fare entrambe le cose. Nei corsi di gruppo, di fitness o di cucina, è facile socializzare e conoscere gente nuova.

«Siamo un po' come un'associazione in chiave moderna», afferma Helko Roth. Proprio nei centri urbani, dove in passato le tradizionali associazioni sportive incontravano delle difficoltà, i centri fitness sono diventati sempre più luoghi di ritrovo molto apprezzati.



«Nei nostri centri fitness e wellness vogliamo offrire un valore aggiunto concreto», dichiara Helko Roth, Responsabile Marketing per FlowerPower.

Grazie ai nuovi orari di lavoro più flessibili, le persone hanno modificato anche le loro esigenze per il tempo libero. Nei centri fitness non si è vincolati da orari di allenamento fissi, ma si può andare e venire a qualunque ora – durante la settimana già dalle 6 del mattino fino alle 22 di sera.

Obiettivo comune: la salute

Il fatto che molti assicuratori malattia come Visana sostengano finanziariamente la sottoscrizione di un abbonamento in palestra con i contributi delle assicurazioni supplementari dimostra, secondo Helko Roth, che tutte e due le parti tirano la stessa corda. «Qui la collaborazione è fondamentale, perché tutti perseguiamo lo stesso obiettivo, ovvero garantire la salute delle persone», spiega Roth. Il tema della salute come conseguenza di uno stile di vita attivo ha acquisito importanza in ampi strati di popolazione.

Di conseguenza, però, sono aumentate anche le esigenze dei (potenziali) clienti dei centri fitness. «Oltre agli obiettivi e ai desideri personali, la prima impressione è molto importante nella scelta di un centro fitness adeguato», afferma Helko Roth. Roth ricorda che tutto avviene molto rapidamente: basta entrare nel centro fitness e dare un'occhiata all'interno per farsi un'idea. Solo successivamente ci si confronta con gli obiettivi personali e i servizi offerti dai fornitori.

Chi non si accontenta di un paio di attrezzi e manubri, ma cerca un'offerta completa che combini movimento, relax e alimentazione, si concentrerà probabilmente sul centro fitness e wellness FlowerPower più vicino.

Stephan Fischer
Comunicazione aziendale

Assegno wellness «Fitness»

Se siete cittadini privati e avete stipulato un'assicurazione Ambulatoriale, Basic, Basic Flex o Managed Care Ambulatoriale di Visana ricevete ogni anno tre assegni wellness del valore complessivo di 350 franchi. L'assegno wellness «Fitness» può essere riscosso per sottoscrivere un abbonamento presso un centro fitness. Riceverete un massimo di 200 franchi per un abbonamento annuale o 100 franchi per un abbonamento semestrale. Per saperne di più sugli assegni wellness di Visana visitate la pagina www.visana.ch/assegni-wellness.



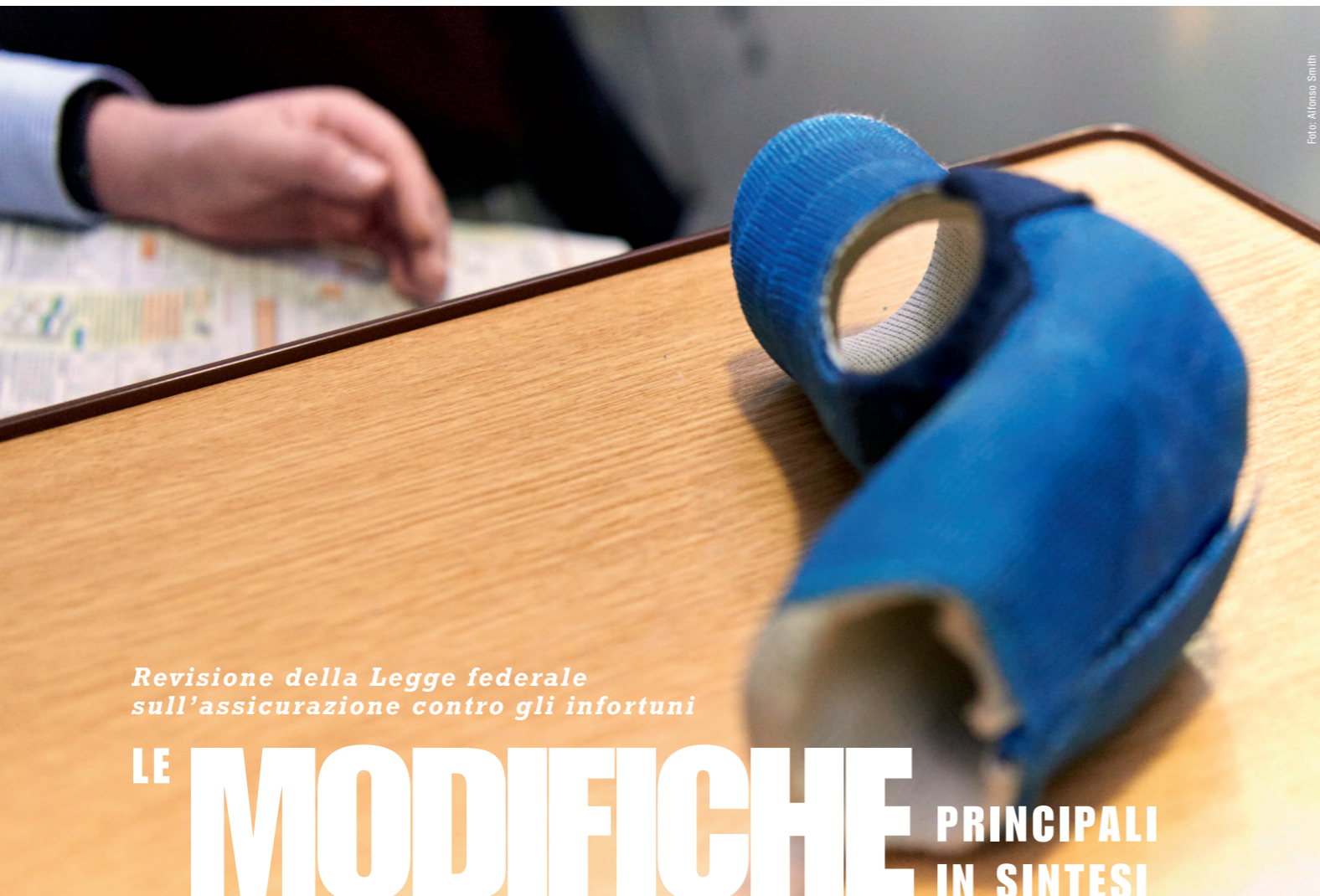


Foto: Alfonso Smith

Revisione della Legge federale
sull'assicurazione contro gli infortuni

LE MODIFICHE PRINCIPALI IN SINTESI

Il 1° gennaio 2017 sono entrate in vigore la Legge federale sull'assicurazione contro gli infortuni (LAINF) e la relativa Ordinanza sull'assicurazione contro gli infortuni (OAINF) sottoposte a revisione. Esse contengono sia novità nell'organizzazione, nei finanziamenti e nelle prestazioni a carico dell'assicurazione contro gli infortuni, sia adattamenti per quanto concerne l'organizzazione e le attività accessorie della SUVA.

Se negli ultimi decenni le leggi relative ad altri settori delle assicurazioni sociali hanno subito cambiamenti importanti, dalla sua introduzione nel 1983 la LAINF non ha visto modifiche rilevanti. La revisione iniziata nel 2006 è ora conclusa. Di seguito elenchiamo le modifiche principali entrate in vigore il 1° gennaio 2017.

Determinazione dell'inizio dell'assicurazione

Finora per l'inizio dell'assicurazione era determinante l'inizio dell'attività lavorativa. Se il rapporto di lavoro inizia in un giorno in cui l'azienda è chiusa (domenica o giorno festivo) oppure con le vacanze, questo può portare a lacune di copertura. D'ora in avanti l'assicurazione decorre dal giorno in cui inizia il rapporto di lavoro oppure in cui per la prima volta si ha diritto al salario.

31 giorni di estensione di copertura

Se tra la fine di un rapporto di lavoro e l'inizio di un altro sussiste un periodo di un mese, questo può portare a lacune assicurative. Pertanto, il termine precedente è stato prolungato da 30 giorni a 31 giorni. Questo termine vale anche per le persone disoccupate.

Assicurazione per convenzione

L'assicurazione contro gli infortuni non professionali (INP) può essere prolungata tramite un'assicurazione per convenzione. D'ora in avanti la durata della proroga non verrà più espressa in giorni bensì in mesi. È possibile stipulare un'assicurazione per convenzione per un massimo di sei mesi.

Assicurazione contro gli infortuni per disoccupati

L'assicurazione contro gli infortuni per le persone disoccupate è disciplinata dall'Ordinanza sull'assicurazione contro gli infortuni dei disoccupati. Essa è stata integrata nella LAINF e d'ora in avanti rappresenta un ramo importante dell'assicurazione obbligatoria contro gli infortuni.

Lesioni corporali equiparate agli infortuni

Tutte le lesioni corporali che vengono equiparate a infortunio sono ora elencate nella LAINF. L'assicuratore contro gli infortuni può esonerarsi dall'obbligo di prestazione se può confermare che la lesione corporale è da ricondurre con probabilità preponderante all'usura o a una malattia.

Prestazioni sanitarie e rimborsi dei costi

Il trattamento ambulatoriale in ospedale è stato integrato nella LAINF. Inoltre, d'ora in avanti sono coperti anche i costi per l'aiuto e le cure a domicilio senza che l'assicurato debba partecipare ai costi.

Riduzione della rendita d'invalidità

Finora le rendite d'invalidità dell'assicurazione obbligatoria contro gli infortuni venivano di principio versate in modo invariato anche una volta raggiunta l'età della pensione. Ciò apportava un vantaggio ingiustificato per i beneficiari delle rendite LAINF rispetto ai pensionati senza diritto a una rendita LAINF. Per evitare tale situazione, le rendite LAINF vengono tanto più ridotte quanto più l'evento è successo in prossimità del raggiungimento dell'età AVS.

Calcolo delle rendite complementari

Rendite dello stesso genere di assicurazioni sociali estere vengono da ora in poi incluse integralmente nel calcolo delle rendite complementari.

Obbligo d'informare

I datori di lavoro sono obbligati a informare i lavoratori in merito alle possibilità di continuazione dell'assicurazione, in particolare sull'assicurazione per convenzione.

Ambito di competenza della Suva

A seconda delle attività dell'azienda, dell'assicurazione contro gli infortuni risponde la Suva oppure un altro assicuratore. Nella Legge figurano le aziende e le amministrazioni che devono obbligatoriamente essere assicurate presso la Suva. Questo ambito di competenza viene di principio mantenuto. Le aziende di vendita, che non producono direttamente, ma che solo elaborano i prodotti, non rientrano più tra gli ambiti della Suva. Tali aziende sono: negozi di ottica, bigiotterie e gioiellerie, negozi di articoli sportivi sprovvisti di macchine per l'affilatura delle

lamine e la levigatura della soletta, negozi di radio e televisori che non effettuano la costruzione di antenne, negozi di decorazione d'interni che non effettuano lavori di posa di pavimenti e di falegnameria.

Diritto di disdetta sancito per legge

Il diritto di disdetta in caso di un aumento del tasso netto del premio o di un supplemento di premio per i costi di amministrazione è stato integrato nella LAINF. I lavoratori hanno diritto di partecipare alla scelta dell'assicuratore. I datori di lavoro sono tenuti a informare e consultare i collaboratori in caso di un'eventuale disdetta. Per maggiori informazioni relative alla LAINF consultate la seguente pagina www.bag.admin.ch > Temi > Assicurazioni > Assicurazione infortuni.

Daniel Zeindler

Responsabile Centro di competenza



La Legge federale sull'assicurazione contro gli infortuni è stata adattata per il 1° gennaio 2017.



Luci puntate su una collaboratrice Visana

«IN CONTINUA FORMAZIONE PROFESSIONALE»

Nathalie Hildbrand lavora come addetta alle pratiche nel reparto Underwriting del settore Clienti aziendali. In questo reparto vengono preparate le offerte individuali per i clienti. Nathalie Hildbrand intende continuare la sua carriera professionale e Visana la sostiene nella sua formazione continua.

Underwriting – che cos'è? Non è la prima volta che Nathalie Hildbrand si trova confrontata con questa domanda. È una tipica funzione assicurativa in cui si effettuano valutazioni, stime e calcoli dei rischi di un potenziale assicurato. Gli underwriter calcolano i rischi di un'azienda dal punto di vista di Visana utilizzando uno speciale software. Tenendo conto delle esigenze individuali e delle richieste del cliente si ottiene un'offerta conforme ai rischi che Visana sottopone a un potenziale cliente. Nathalie Hildbrand lavora come addetta alle pratiche nel reparto Underwriting del settore Clienti aziendali di Visana e il suo ufficio si trova presso la Sede centrale a Berna.

Aggiornarsi professionalmente

In qualità di addetta alle pratiche Nathalie Hildbrand, insieme ad altre due colleghe, sostiene gli underwriter occupandosi di compiti amministrativi come per esempio i cambi di indirizzo oppure le conferme di disdetta. Dopo l'apprendistato di commercio presso un'assicurazione, ha lavorato nel suo cantone di origine, il Vallese, in posizioni analoghe per cui conosce bene il settore assicurativo.

Tuttavia, non vuole arrestare la sua carriera professionale a questo livello. Visana promuove la formazione continua dei suoi collaboratori, anche nel caso di Nathalie Hildbrand. «Attualmente sono impegnata con la mia formazione continua», spiega; infatti, sta seguendo una formazione di due anni e mezzo

in ambito delle assicurazioni private, campo underwriting che prevede di concludere nell'estate del 2018 con un attestato professionale. Affianca la scuola alla sua attività professionale al 100%. «Sono felice che Visana mi permetta di seguire una formazione continua personale», sostiene.

Teoria e pratica tutto in uno

Già oggi l'addetta alle pratiche si prepara a un possibile impiego in futuro come underwriter, motivo per cui segue il corso per ottenere l'attestato federale. «Attualmente lavoro presso il reparto underwriting dell'agenzia di Bienne e ho una panoramica del settore di attività», racconta. Inoltre, può applicare le conoscenze teoriche acquisite a scuola direttamente nella pratica. Nathalie Hildbrand calcola e redige già autonomamente piccole offerte per aziende con basse somme salariali. Le offerte includono tutte le assicurazioni relative ai Clienti aziendali tra cui l'assicurazione di indennità giornaliera per malattia, l'assicurazione contro gli infortuni o l'assicurazione complementare contro gli infortuni. «Ogni caso è diverso dagli altri, si devono considerare sempre nuove situazioni e proporre nuove soluzioni assicurative.»

Il francese come valore aggiunto

Oltre alla scuola e all'impiego a tempo pieno, Nathalie Hildbrand ama le sfide, e, nonostante non sia cresciuta bilingue, è impiegata nel team underwriting per la Svizzera occidentale. È originaria di un cantone bilingue, il Vallese, e per lei è importante poter applicare le sue conoscenze di francese nel lavoro quotidiano, così è sicura di mantenere la lingua sempre attiva. «È un vantaggio importante del mio posto di lavoro.»

L'amore per le Alpi del Vallese

Nathalie Hildbrand (29) convive con il compagno da circa un anno e mezzo a Gümligen presso Berna. È cresciuta nel Vallese e una volta al mese ci ritorna per fare visita alla sua famiglia e agli amici. Le piace trascorrere il suo tempo libero tra le montagne vallesane, d'inverno sugli sci e d'estate a fare escursioni. Tuttavia, Nathalie Hildbrand si sente a casa anche presso il suo nuovo domicilio e le piace essere vicina alla città di Berna e al posto di lavoro.

Inoltre, è felice di continuare la sua attività professionale presso Visana anche in futuro: «Apprezzo la cultura aziendale che regna presso Visana che offre buone possibilità di formazione continua e di carriera.» E anche Visana ha i suoi vantaggi: il team underwriting può contare sulle sue nuove conoscenze apprese a scuola. La ricetta del successo per Nathalie Hildbrand è: «Cerco di tirare fuori il meglio dalle possibilità che mi vengono offerte.»

Melanie Schmid
Comunicazione aziendale



Foto: Janoach Abel



Speciale GAS: promozione della salute sul posto di lavoro

MODELLI DI SUCCESSO DEI NOSTRI CLIENTI

Foto: Alfonso Smith

Grazie alle misure PAS è possibile avvicinare i collaboratori alla Gestione aziendale della salute (GAS). L'abbreviazione PAS sta per «promozione aziendale della salute».

Nell'edizione 1/17 abbiamo trattato l'importanza delle misure per la promozione della salute quali l'ergonomia, la promozione dell'attività fisica e la salute psichica. Queste misure di promozione della salute contribuiscono significativamente al miglioramento della salute dei lavoratori.

Esempi pratici

Di seguito tre misure PAS che i clienti aziendali di Visana hanno attuato. Importante: queste misure non si applicano da sole. Per la GAS è determinante l'impegno costante e regolari incentivi affinché il suo effetto duri nel tempo.

Azienda 1: escursione in segno della salute

I partecipanti si sono confrontati con i seguenti temi durante i workshop:

- **Pressioni sul posto di lavoro:** in una breve analisi sono state esaminate la pressione sul posto di lavoro e le sue conseguenze. I risultati sono stati messi a disposizione dell'azienda per ulteriori elaborazioni.
- **Rilassamento:** il rilassamento muscolare progressivo secondo Jacobson è una tecnica di rilassamento semplice ed efficiente. Sotto la guida di esperti, i partecipanti hanno imparato i metodi giusti per rilassare mente e corpo.
- **Misurare la frequenza cardiaca:** svolgimento del test OwnZone di Polar con l'obiettivo di trovare la giusta intensità di attività fisica per ridurre lo stress in modo mirato.
- **Test e-bike:** andare in giro con l'e-bike è una buona tecnica per muoversi quotidianamente senza troppa fatica fisica e al contempo utile a combattere lo stress.

Azienda 2: check-up come contributo alla salute

Come regalo di Natale i collaboratori di una PMI hanno ricevuto un check-up sulla salute. L'obiettivo consiste nel promuovere la consapevolezza individuale sulla salute. Inoltre, l'azienda ha così dimostrato la propria stima nei confronti dei collaboratori. Il check-up era facoltativo e i dati relativi alla salute sono stati trattati con la massima riservatezza. In occasione dei colloqui di valutazione, all'azienda è stato comunicato dove sussisteva necessità di intervento.

Azienda 3: soddisfazione dei collaboratori sul posto di lavoro

Una PMI ha introdotto all'inizio del 2017 il barometro sulla soddisfazione con cui misura la soddisfazione quotidiana dei collaboratori tramite un «pulsante». Così risulta un indicatore sulla soddisfazione dei collaboratori con cui viene analizzata la necessità di introdurre ulteriori misure.

Un valore aggiunto grazie alla nostra GAS

Durante i colloqui di consulenza individuali analizziamo lo stato attuale nella vostra azienda. Vi sosteniamo a raggiungere i vostri obiettivi di salute aiutandovi a introdurre e attuare le misure necessarie e analizziamo insieme a voi il raggiungimento di tali obiettivi. Maggiori informazioni sono disponibili su www.visana.ch/speciale-gas.

Adrian Gilgen

Specialista in Gestione aziendale della salute



«Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» a Engelberg

PIANIFICARE AIUTA A PREVENIRE GLI INFORTUNI IN MONTAGNA

Foto: Marie Rubin

Le escursioni e le arrampicate sulle Alpi regalano emozioni forti, tuttavia non sono del tutto senza rischi. In occasione della «Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» che si terrà il prossimo 1° settembre 2017 a Engelberg, i partecipanti saranno sensibilizzati sui possibili rischi durante le escursioni in montagna. In questo contesto la pianificazione ricopre un ruolo importante.

Gli specialisti della montagna sottolineano i motivi per cui sia importante avere per ogni escursione e ogni scalata una pianificazione realistica sulla scelta del percorso, sul tempo necessario e sulle possibili alternative. Durante l'evento verranno trattati anche altri temi centrali, tra cui l'equipaggiamento giusto e come reagire in caso di emergenza. Visana mette a disposizione 100 entrate gratuite per i collaboratori dei suoi clienti aziendali.

Necessità di intervento

Nel trekking o nella scalata si può fare ancora molto per la prevenzione. L'Ufficio prevenzione infortuni (upi) stima oltre 20 000 infortuni all'anno, la maggior parte dei quali rientra nel gruppo d'età 46-64 anni. Gli infortuni più comuni sono rappresentati da cadute accompagnate da lesioni alle articolazioni, ginocchia, polsi e dita. Ogni anno circa 80 cadute hanno esito fatale.

La «Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» offre l'occasione ideale per rinfrescare le conoscenze, analizzare e classificare i possibili rischi e migliorare le competenze in montagna. Sotto la guida di esperti, i partecipanti sono divisi e istruiti in piccoli gruppi a seconda dell'attività (escursione o scalata).

100 biglietti gratuiti per i clienti aziendali di Visana

La «Giornata Stop Risk dedicata alla montagna» del 1° settembre 2017 si terrà a Engelberg nel centro della Svizzera. Per i collaboratori dei clienti aziendali di Visana ci sono in palio 100 biglietti gratuiti. La partecipazione comprende l'assistenza

di guide alpine esperte, caffè di benvenuto con croissant e un piccolo spuntino. Il viaggio di andata e ritorno e il pranzo al sacco devono essere organizzati individualmente. È possibile iscriversi da subito sul sito www.visana.ch/clienti_aziendali; le iscrizioni vengono considerate in base all'ordine di arrivo.

Sandra Bittel

Responsabile della Gestione aziendale della salute

«Giornate Stop Risk»: vivere la prevenzione

Ogni anno si verificano quasi 500 000 infortuni nel tempo libero, di questi molti sono da ricondurre alle attività sportive in montagna, in estate e in inverno. Per questo motivo Visana si impegna intensamente nella prevenzione degli infortuni offrendo, per esempio, in collaborazione con esperti le «Giornate Stop Risk» dedicate alla montagna, agli sport invernali e alla corsa. Questi eventi hanno lo scopo di sensibilizzare sui rischi e far vivere in prima persona la prevenzione. Per i collaboratori dei clienti aziendali di Visana la partecipazione è gratuita. Per maggiori informazioni visitate il sito www.visana.ch/clienti_aziendali > Menu Clienti aziendali > Seminari e eventi.