

SALUTE & LAVORO

Non mandare l'azienda in fumo!

Un fumatore costa all'azienda circa 3.500 euro all'anno. La sua produttività cala dal 6,5% al 10,5%. Senza contare stress e depressione. Ecco la fotografia scattata da Allen Carr's Easyway Italia

Davide Mura



La vogliamo spegnere una volta per tutte? I "messaggi-momenti" tesi a stimolare l'abbandono da dipendenza di tabacco non si contano, eppure in Italia ben 12 milioni di persone di tutti i generi, professioni e fasce sociali fumano. Si sa, il fumo fa molto male. Spesso però si ignora che è anche un costo misurabile per le aziende.

Facciamo un esempio. La percentuale dei fumatori sulla popolazione adulta è di circa il 25%, quindi in un'azienda di 400 persone si calcola una media di 100 fumatori che, per una perdita calcolata in 3.500 euro l'anno, corrisponde a una perdita aziendale di circa 350.000 euro nei

12 mesi. L'idea che un dipendente fumatore si ammali di più e sia più stressato (non da ultimo per gli screzi con i colleghi che non hanno il vizio) è ora una constatazione certa. Lo dichiara Allen Carr's Easyway Italia, la sede milanese del centro americano anti-tabacco divenuto famoso grazie al libro *È facile smettere di fumare se sai come farlo*, bestseller salutista dell'omonimo Allen Carr, che propone un approccio psicologico nella maggioranza dei casi efficace.

Troppe pause-sigaretta

Se parliamo di performance e risultati, si stima che il fumo pesi sui bilanci aziendali con una perdita sec-

ca di produttività. Il calcolo è presto fatto: poiché un fumatore "medio" nell'arco delle otto ore di lavoro fuma almeno cinque sigarette, ipotizzando circa dieci minuti per sigaretta, le imprese sopportano un onere che va da 30 a 50 minuti al giorno, con una riduzione della produttività che va dal 6,5% al 10,5%. Nonostante il divieto di fumo, manager e imprese non sembrano coscienti della situazione. Secondo l'indagine, almeno l'80% delle aziende non appare preoccupato per il calo di produttività dei propri dipendenti. Probabilmente la spiegazione è che in gran parte dei casi la maggioranza del personale è costituita da impiegati, quadri e dirigenti, e quindi il recupero del tempo perso per il fumo può essere gestito con un alto gra-

do di flessibilità. In un certo senso il problema del fumo in azienda è ancora vissuto come "gerarchico": da una parte operai e impiegati per i quali il vizio ha un costo aziendale immediatamente misurabile, dall'altra dirigenti, quadri e creativi che possono essere esentati dal prezzo del fumo.

Corporate social responsibility

«Far smettere i dipendenti garantisce all'azienda un ritorno non solo in termini di produttività, di minor assenteismo, miglior clima aziendale, ma anche di rapporto tra dipendenti e azienda, quasi di "fidelizzazione" del dipendente e corporate social responsibility» spiega Francesca Cesati, ex fumatrice, proveniente dal mondo dell'impresa e oggi responsabile della Allen Carr's Easyway Italia. In altre parole, il sostegno per smettere di fumare viene valutato dal dipendente come una ragione discriminante per lavorare in quell'azienda, che a sua volta svolge un'azione utile in termini di impatto sociale dove ha la propria sede. ■

USA: GUERRA ALL'ULTIMA SIGARETTA

In America, da quando Obama ha promulgato una legge anti-fumo severissima approvata a grande maggioranza dal Congresso, il consumo di tabacco è crollato. Questa assegna alla Federal drugs administration nuovi poteri per limitare il contenuto di nicotina nelle sigarette, modificare il modo in cui viene fatta pubblicità e bandire le sigarette insaporite con vari gusti, come il mentolo, popolari soprattutto tra i giovani. Una vittoria per gli attivisti anti-fumo: la legge non soltanto dovrebbe ridurre il numero delle morti dovute al vizio, 400mila l'anno solamente negli Stati Uniti, ma dovrebbe anche far risparmiare alle casse federali 100 miliardi di dollari l'anno in spese mediche dovute al consumo di sigarette.