

Joga i masaż w godzinach pracy

ZARZĄDZANIE | Duże firmy przyjmują modę na zdrowy styl życia i dodają do abonamentów medycznych programy, które pomagają zrzucić wagę i zwalczyć stres

ANITA BŁASZCZAK

W warszawskim biurze IBM kilka razy w tygodniu pojawiają się profesjonalni masażyści. Pracownicy na koszt firmy mogą w godzinach pracy korzystać z odprężających masażów. I robią to bardzo chętnie. - Zapisy przyjmujemy na tydzień naprzód - podkreśla Magdalena Klimek z działu personalnego IBM Polska.

Masaże pojawiły się tam w zeszłym roku, początkowo jako pilotowy projekt. Okazały się ta-

kim sukcesem, że wprowadzono je na stałe i być może wejdą też do biur IBM w Krakowie i Wrocławiu.

Oplacane przez firmę masaże w godzinach pracy mają już od kilku lat pracownicy biura Procter & Gamble w Warszawie, gdzie na miejscu jest też firmowy klub fitness. Na profesjonalny masaż mogą też liczyć informatycy pracujący w centrach Google'a w Krakowie i we Wrocławiu, gdzie w tym roku wprowadzono też zajęcia jogi. Pracownicy Google'a w Warszawie mają karnety do pobliskiego centrum masażu. - To

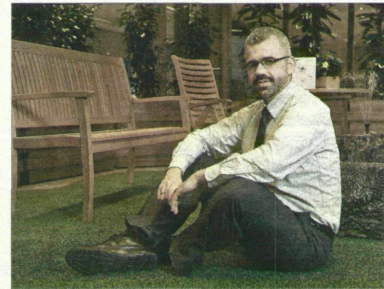
pomaga zrelaksować się po pracy - mówi Marta Józwiak, rzeczniczka Google Polska, która korzysta z karnetu w każdy piątek.

Globalny wellness

Masaże, joga, kursy radzenia sobie ze stresem i promocja zdrowego żywienia przysły do nas z Zachodu wraz z modnym trendem wellness, który polega na dbałości o zdrowie i dobre samopoczucie, czyli połączeniu sportu, relaksu i zdrowej diety. W części dużych, globalnych firm,

programy wellness są już standardowym uzupełnieniem abonamentów w prywatnych przychodniach. Tym bardziej że same przychodnie wychodzą z inicjatywą prozdrowotnych akcji.

Bartosz Maciejewski, rzecznik Medicover, która od kilku lat ma w ofercie programy profilaktyczne dla firm, ocenia, że najbardziej popularne są tematyczne seminaria, np. jak radzić sobie ze stresem i jak zdrowo się odżywiać oraz program ergonomiczny, który uczy rozpoznawania dolegliwości związanych z pracą.



Przemysław Duchniewicz, autor programu Mars Wellness, który koncem wprowadził także w swych innych spółkach w Europie

Jednak według badań firmy doradczą Mercer, tylko 28 proc. dużych firm w Polsce prowadzi programy prozdrowotne. - Pracodawcy nie postrzegają zdrowia pracowników jako wartości samej w sobie i ograniczają się do pakietów medycznych - twierdzi Krzysztof Nowak, szef Mercera w Polsce.

Jak jednak zwraca uwagę Piotr Sierociński, dyrektor generalny firmy doradczą HRM Partners, zaawansowane rozwiązania sprawdzają się tam, gdzie wszystkie podstawowe potrzeby są już zaspokojone, a w polskich firmach różnie z tym bywa. Rozwojowi programów prozdrowotnych nie sprzyjał też kryzys, który zmusił część firm do cięć świadczeń dla pracowników.

Cięcia były jednak ostrożne. Andrzej Woźniakowski z Instytutu Pracy i Spraw Socjalnych podkreśla, że w światowych korporacjach programy wellness są zwykle elementem budowy wizerunku firmy jako pracodawcy, tzw. employer branding. Co więcej troska o zdrowie pracowników wpływa na poprawę ich zaangażowania i wydajności.

Polski pomysł

- Światowe doświadczenia pokazują, że takie programy zwiększają satysfakcję pracowników, co wpływa na ich efektywność - mówi Małgorzata Mejer, rzecznik Procter & Gamble, gdzie przed rokiem wprowadzono w warszawskiej centrali spółki rozbudowany program wellness. Teraz obok masażu i siłowni, pracownicy mają na miejscu regularne zajęcia fitness, cykl porad ekspertów w tej dziedzinie oraz dodatkowe konsultacje medyczne specjalistów.

- Dbałość o ludzi daje efekty w corocznym badaniu zadowolenia pracowników - twierdzi Magdalena Klimek z IBM Polska, gdzie część prozdrowotnych benefitów to własna inicjatywa polskiej spółki.

Własną inicjatywą jest wprowadzony przed trzema laty w Mars Polska kompleksowy program Mars Wellness - na tyle udany, że stosują go też inne spółki grupy w Europie. Program łączący zachętę do zdrowej diety z zajęciami sportowymi i rozbudowa-

nym pakietem medycznym ma pomóc pracownikom w utrzymaniu dobrego stanu zdrowia i kondycji. Także psychicznej, którą wspierają m.in. warsztaty z zarządzania energią życiową oraz budowania odporności na stres.

- Zmieniła się kultura naszej organizacji. Widac, że coraz więcej osób chce się zdrowo odżywiać, korzysta z zajęć sportowych, rzuca palenie - mówi Przemysław Duchniewicz, regionalny kierownik ds. zdrowia w Mars Europa Centralna i autor programu Mars Wellness.

Jabłka na pańniku

W biurach Mars Polska do zdrowej diety zachęcają dostępne za darmo świeże warzywa i sezonowe owoce. Bezplatne owoceowe przekąski są też w biurach Allor Banku, Nowo Nordisk Google'a i PricewaterhouseCoopers. Anna Herra, menedżer ds. rekrutacji w PwC, dodaje, że koszty ze świeżymi owocami doczekały się tam nawet żartobliwej nazwy - pracownicy określają je jako pańniki. Powodzeniem cieszy się też ustawiony w zeszłym roku automat ze zdrowymi przekąskami.

W IBM sprawdzilo się wprowadzone w tym roku fachowe doradztwo dietetyczne. - Porady są popularne nie tylko wśród kobiet, ale też wśród mężczyzn, którzy zwracają coraz większą uwagę na zdrowy styl odżywiania - mówi Magdalena Klimek.

Jak podkreśla Przemysław Duchniewicz, nawet najbardziej przemyślane firmowe programy wellness trzeba na bieżąco dopasowywać do potrzeb ludzi; np. Mars rezygnuje teraz z wprowadzonego przed dwoma laty w Sochaczewie kącika z bieżnią, stepperem i rowerem stacjonarnym. - Okazało się, że na dłuższą metę takie wydzielone miejsce się nie sprawdza. Teraz rozstawimy sprzęt w działach, gdzie będzie bardziej dostępny - wyjaśnia Duchniewicz. Sprawdziły się za to regulowane biurka, które umożliwiają pracę na stojąco, oraz otoczone roślinami kąciki cichej pracy. ■

masz pytanie, wyślij e-mail do autorki a.blaszczak@rp.pl