



Welfare24

Il Valore delle Persone per Assidai

Assidai 
 Il fondo sanitario per il tuo benessere

Prevenzione, Campagna istituzionale e nuovo sito, le tre novità per il futuro

L'obiettivo è essere sempre più vicini agli iscritti che vengono incentivati a sottoporsi a screening preventivi, tenere il passo con le evoluzioni tecnologiche e valorizzare il profilo sociale del Fondo

IN QUESTO NUMERO

Manager in salute

Da giugno test gratuiti per gli iscritti Assidai. Perché prevenire è una questione culturale. Gli interventi di Tiziano Neviani, Stefano Cuzzilla e Marco Vecchietti.

pagg 2-3-4

Vivere bene oggi ma soprattutto domani

Le interviste alla "guru dell'alimentazione" Sara Farnetti e alla fondatrice del metodo Long Life Formula Lucia Magnani.

pagg 2-3-4

Il nuovo sito internet

Un tuffo nel futuro: tutti i dettagli del restyling del portale web diventato così accessibile attraverso tutti i modelli di smartphone e di tablet con elevati livelli di protezione.

pagg 5 e 8

La campagna istituzionale

Cinque abbracci per rilanciare l'immagine di Assidai verso iscritti e stakeholder con uno spirito sempre più attento alla persona.

pagg 6-7

Il parere dell'esperto

Secondo Francesco Delzio (Autostrade per l'Italia) la svolta del Fondo è azzeccata: a fronte della crisi della politica le persone vogliono cogliere il "sociale" delle aziende.

pagg 7-8



L'HOME PAGE DEL NUOVO SITO WWW.ASSIDAI.IT

Il primo giugno è una data molto importante per Assidai, poiché coincide con tre novità che verranno illustrate approfonditamente nelle prossime pagine e che sono destinate a segnare una svolta importante nel percorso di crescita del Fondo. Il via libera ufficiale alla campagna di prevenzione "Manager in Salute". Un nuovo sito, chiamato a tenere il passo con l'evoluzione della tecnologia. Una campagna istituzionale, che punta ad "avvicinare" ancora di più Assidai agli iscritti e ai propri stakeholder. Sono 12 milioni le persone che, in Italia, beneficiano del welfare integrativo: sul totale della

popolazione il 18% usufruisce di una copertura integrativa per la propria salute. Le tutele, inoltre, si concentrano quasi esclusivamente nel mondo del lavoro dipendente, dove solo un lavoratore su due gode di assistenza sanitaria integrativa (55%). In un contesto in cui oltre l'80% degli italiani non dispone di una forma sanitaria integrativa, mancano protocolli tra pubblico e privato per la prevenzione delle patologie più diffuse, per le visite specialistiche e per le prestazioni di alta diagnostica, che rappresentano la quota principale della componente servizi della spesa sanitaria "out of pocket".

Ed è in questa direzione che si inserisce la campagna per la prevenzione "Manager in Salute", promossa da Federmanager e Assidai in collaborazione con RBM Salute dedicata a tutti gli iscritti Assidai che vogliono fruire, senza alcun costo aggiuntivo, di un test cardiovascolare da sforzo (ecg sotto sforzo) e di un controllo bioimpedenziometrico, che permette di misurare l'idratazione dell'individuo e il corretto bilanciamento tra la massa grassa e quella magra.

Il nuovo sito, invece, non solo si è "aggiornato" alle rinnovate esigenze della platea di Internet, ma può vantare anche un significativo livello di protezione dei dati (un aspetto molto importante per gli iscritti Assidai) grazie a elevati standard di crittografia. Il restyling del sito contribuisce a rafforzare e rilanciare il brand e i valori fondanti di Assidai assieme a un'altra iniziativa, altrettanto importante: la nuova campagna istituzionale, che ripropone con forza l'immagine e l'importante ruolo che ricopre il Fondo nella categoria dei manager.

ASSIDAI, È IL MOMENTO DELLA SVOLTA

AL VIA CAMPAGNA ISTITUZIONALE, NUOVO SITO E "MANAGER IN SALUTE": IL FONDO RILANCIAMO CON ISCRITTI E STAKEHOLDER

Giugno è un mese speciale per Assidai. Ricopro da poco più di sei mesi la carica di presidente ma sono felice e orgoglioso di vivere già un momento cruciale per il nostro Fondo. Un passaggio al quale abbiamo lavorato con grande impegno nei mesi scorsi e destinato a segnare una svolta importante per Assidai. Parlo di un passaggio anche se, in realtà, le novità che partono dal primo giugno sono tre e vengono illustrate approfonditamente in questa newsletter. Innanzitutto scatta la campagna di prevenzione "Manager in Salute", promossa da Federmanager e Assidai grazie al protocollo di prevenzione offerto da RBM Salute. Un'iniziativa dedicata a tutti gli iscritti Assidai che vogliono usufruire, senza alcun costo aggiuntivo, di un test cardiovascolare da sforzo e



TIZIANO NEVIANI
> *Presidente Assidai*

di un controllo bioimpedenziometrico, che permette di misurare l'idratazione dell'individuo e il corretto bilanciamento tra la massa grassa e quella magra. Per i nostri iscritti è un'importante occasione per monitorare il proprio stato di salute: come manager posso confermare che, nel nostro lavoro, abbiamo grandi soddisfazioni ma siamo sottoposti anche a forti stress. Pertanto è importante prendersi cura preventivamente della propria salute. In secondo luogo è on line il nuovo sito di Assidai, visibile su qualsiasi tipo di dispositivo mobile, ovvero da qualsiasi smartphone o tablet, aumentando così in maniera straordi-

“**LA PREVENZIONE È FONDAMENTALE: GUIDARE UN'AZIENDA DÀ GRANDI SODDISFAZIONI MA SIAMO SOTTOPOSTI ANCHE A FORTI STRESS. PER QUESTO È IMPORTANTE MONITORARE PERIODICAMENTE IL NOSTRO CORPO**”

na la potenziale fruibilità per tutti i nostri iscritti e gli altri stakeholder. Infine scatta la nuova campagna istituzionale del Fondo che ha come simbolo l'abbraccio: un gesto semplice ma tutt'altro che scontato e dal significato sempre più importante nel mondo di oggi. Quelli della nuova campagna di Assidai sono cinque abbracci che hanno l'obiettivo di rilanciare l'immagine e la conoscenza del nostro Fondo. L'obiettivo è farlo diventare ancora di più, nel tempo, un protagonista del settore sanitario sui temi dell'assistenza e del benessere per i dirigenti, i quadri e le alte professionalità. A proposito del sito e della campagna istituzionale registro con pia-

cere gli apprezzamenti di Francesco Delzio, intervistato nelle pagine successive, che nella doppia veste di iscritto Assidai ed esperto di comunicazione ha speso parole di rilievo per le nostre iniziative. E questo è il riscontro che ci auguriamo di avere presso tutti i nostri iscritti e i nostri stakeholder.

Tiziano Neviani
Presidente Assidai



“DOBBIAMO AVERE SEMPRE CURA DI NOI STESSI”

SARA FARNETTI:
“IL MANAGER È COME UN ATLETA, DEVE DORMIRE DI NOTTE E PERFORMARE DI GIORNO”

“**I**l manager? È come un atleta la cui performance è basata su reattività, capacità decisionale, concentrazione e intuito. La prevenzione ha un obiettivo: vivere oggi, al massimo, ma in modo lungimirante, pensando a un futuro in salute e a conservare al meglio il nostro *potenziale genetico di longevità*. Qualsiasi cosa fac-

“**QUALSIASI COSA FACCIAMO DEVE ESSERE FINALIZZATA ALL'OGGI E AL DOMANI. IL DIMAGRIMENTO, PER ESEMPIO, DEVE ESSERE MANTENUTO NEL TEMPO.**”

ciamo deve essere finalizzato a dare più vita ai giorni e più giorni alla vita”. Questo, in estrema sintesi, l'approccio della dottoressa Sara Farnetti, specialista in medicina interna e vero e proprio “guru” della nutrizione funzionale. **Quanto è importante la prevenzione per un manager?** Non abbiamo il tempo di ammalarci, quando il mondo



SARA FARNETTI
> *Specialista in Medicina interna*

lavorativo ci chiede di essere competitivi e performanti 24 ore, 365 giorni all'anno. Si chiama prevenzione prima-

IDENTIKIT

Sara Farnetti, specialista in Medicina Interna con Ph.D in Fisiopatologia della nutrizione e del metabolismo, è attivamente impegnata nella ricerca nel campo della nutrizione funzionale e dell'effetto dei cibi sul metabolismo. È autrice di numerose pubblicazioni sui temi della nutrizione funzionale, della malattia celiaca e delle malattie infiammatorie intestinali, della sindrome metabolica e patologie correlate.

ria, un atteggiamento che richiede impegno e attenzione verso se stessi.

>> Continua a pagina 4

PERCHÉ INCENTIVIAMO LA PREVENZIONE

IN ITALIA SU QUESTO TEMA SERVE UN VERO CAMBIO DI MARCIA CULTURALE. ANCHE TRA I MANAGER

Partiamo dal constatare che i sistemi sanitari nazionali non sono ancora pronti a sostenere la domanda di cura di popolazioni sempre più anziane. Una domanda che sta diventando sempre più esigente e consapevole. Come garantire cura e assistenza a una popolazione

longeva e informata è il tema del prossimo futuro.

I Fondi sanitari integrativi presenti all'interno del sistema Federmanager stanno già agendo per governare questa trasformazione e, nell'ambito della Commissione Sanità appositamente costituita in sede Federmanager, stiamo articolando il contributo

che pubblico e privato possono congiuntamente garantire sul terreno della promozione della prevenzione e dei corretti stili di vita. In questo contesto di interventi proattivi, la campagna "Manager in Salute" presuppone una presa di consapevolezza nei riguardi dei nostri assistiti, che vengono così incentivati a sottoporsi a esami mirati e screening preventivi che altrimenti non eseguirebbero.

Di fronte ai dati più recenti che descrivono un Paese dove si fa poca prevenzione sanitaria, Federmanager e Assidai hanno lanciato questa campagna il cui fine è innanzitutto quello di realizzare un cambio culturale. Serve una virata di pensiero, a tal proposito: la prevenzione va presa sul serio. Rispetto all'informazione in tema di prevenzione, infatti, solo il 9% dei manager da noi interpellati giudica "molto adeguata" la propria conoscenza della materia: il lavoro del secondo pilastro della Sanità deve puntare quindi a diffondere le buone prassi e sensibilizzare i lavoratori assistiti e, per loro tramite, le famiglie.



STEFANO CUZZILLA
> *Presidente Federmanager*

“IL LAVORO DEL SECONDO PILASTRO DELLA SANITÀ DEVE PUNTARE A DIFFONDERE LE BUONE PRASSI E SENSIBILIZZARE I LAVORATORI ASSISTITI

Sono profondamente persuaso che si debba sostenere un modello culturale che interpreta la salute come benessere della persona nella sua interezza, superando la definizione di salute come mera assenza di malattia. Pertanto, mi auguro che a giugno i nostri colleghi colgano l'opportunità di eseguire i test gratuiti messi a loro disposizione dalle strutture sanitarie del network Previmedical.

Stefano Cuzzilla
Presidente Federmanager

FEDERMANAGER
e **Assidai**
Il fondo sanitario per il tuo benessere

GIUGNO È IL MESE DELLA SALUTE DEI MANAGER

Protocollo di Prevenzione Assicurato da:

R:M
AssicurazioneSalute

“ECCO COME VIVERE BENE E PIÙ A LUNGO”

LUCIA MAGNANI E LA LONG LIFE FORMULA: “UN PROGETTO SCIENTIFICO PER LA QUALITÀ DELLA VITA”

“**C**ome è nata la Long Life Formula? Dalla biochimica, il mio primo amore. Così ho messo a punto un progetto scientifico per migliorare la qualità e la lunghezza della vita”. Lucia Magnani è diventata famosa sia per il metodo con cui è in grado di stabilire l'invecchiamento precoce dei tessuti sia per le strutture da lei guidate, che permettono di rimettere

in carreggiata organismi provati dalla sedentarietà o da abitudini di vita sbagliate.

Dottoressa Magnani, quando scatta il campanello d'allarme?

Nelle nostre strutture eseguiamo degli esami del sangue da cui può emergere la presenza o meno di stress ossidativo, che non indica una patologia precisa ma una predisposizione all'invecchiamento precoce per la produzione di radicali liberi in eccesso. Da qui è partita l'idea di lunga vita su basi scientifiche: una sorta di prevenzione dal punto di vista sanitario e ancora più accentuata nell'ottica del benessere e della bellezza.

Come funziona la vostra struttura?

Proponiamo un soggiorno minimo di tre giorni, in cui si è seguiti da varie figure professionali.

>> Continua a pagina 4

IDENTIKIT

Lucia Magnani è amministratore delegato di LongLife Formula Spa, società di gestione delle Terme di Castrocaro e del Primus Forlì Medical Center, strutture sanitarie in cui lavora da vent'anni. Dopo avere approfondito gli studi in analisi biochimiche con un Master in Executive Wellness Management presso la Luiss di Roma ha iniziato il suo cammino professionale in ambito sanitario gestendo, riorganizzando e lanciando diverse strutture, quasi sempre in veste anche di azionista.

“BISOGNA SUPERARE LA SEDENTARIETÀ, CERCARE DI MUOVERSI OGNI GIORNO FACENDO LE SCALE O CAMMINANDO.



CON ASSIDAI E FEDERMANAGER SISTEMA VINCENTE

VECCHIETTI (AD RBM SALUTE): "MANAGER IN SALUTE È UN'INIZIATIVA IMPORTANTE: STIMOLA UN COMPORTAMENTO PROATTIVO DELLA PERSONA"



MARCO VECCHIETTI
> Amministratore delegato Rbm Salute

“**L**a prevenzione è ormai una priorità per tutti. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) ha evidenziato come, soprattutto in Europa, le principali cause di mortalità, morbosità ed invalidità siano collegate alle Malattie Croniche Non Trasmissibili (MCNT) la cui incidenza potrebbe essere fortemente contenuta attraverso la prevenzione primaria. Il recente Rapporto dell'Università Cattolica di Milano OsservaSalute mostra come il nostro Paese stia riducendo gli investimenti in questa direzione. È fondamentale per continuare a finanziare la prevenzione primaria puntare sui Fondi Integrativi e sulle Polizze Sanitarie, che possono garantire

una miglior tutela della salute”. A parlare è Marco Vecchietti, Amministratore delegato di Rbm Salute, partner assicurativo di Assidai, che metterà a disposizione il protocollo previsto dalla campagna di prevenzione “Manager in Salute”, promossa da Federmanager e Assidai. “Diverse pubblicazioni scientifiche (in particolare i recenti *Annals of Internal Medicine ndr*) dimostrano l'esistenza di un rapporto diretto tra la prevenzione e la longevità delle persone, - aggiunge Vecchietti - si tratta tuttavia di un approccio proattivo alla salute, che richiede consapevolezza da parte dei cittadini e disponibilità di risorse adeguate

“**ASSIDAI, ANCHE GRAZIE ALLA SUA FLESSIBILITÀ, È UNO DEI POCHI CASI NELL'AMBITO DEI FONDI SANITARI CHE DIMOSTRA COME OFFRIRE SOLUZIONI PER UN'ESIGENZA O UN PROFILO SPECIFICO PUÒ AVERE SUCCESSO**

a supportare il funzionamento di protocolli ricorrenti di controllo su larghe fasce della popolazione. In quest'ottica, anche in una prospettiva di una concreta alleanza pubblico-privato, riteniamo che i Fondi Sanitari, come Assidai, possano svolgere un ruolo da protagonisti, con l'obiettivo di garantire il mantenimento in salute del proprio gruppo sociale di riferimento”. **È questo l'obiettivo del protocollo “Manager in Salute”?** Sì, l'iniziativa è finalizzata creare un protocollo di prevenzione specifico per la professionalità del dirigente, che ha uno stile di vita peculiare rispetto ad altri profili lavorativi. L'obiettivo è

consentire un intervento anticipato rispetto alla cura ed evitare l'insorgere di patologie che possono avere effetti catastrofici sia dal punto di vista sanitario sia dal punto di vista economico. **Come in altre situazioni ha giocato un ruolo determinante l'alleanza tra Rbm Salute, Federmanager e Assidai.** Crediamo che la collaborazione tra Rbm Salute, Federmanager e Assidai rappresenti un modello di riferimento per lo sviluppo di una Sanità integrativa in grado di rispondere realmente ai bisogni di cura delle persone e di intermediare quote crescenti di spesa sanitaria privata. Il segreto di questa partnership sta nella profonda condivisione della mission sociale di Federmanager e di Assidai da parte della stessa Rbm Salute, che ha messo a disposizione la propria capacità tecnica e assicurativa per attuare un modello su misura per i manager del settore, studiati con l'obiettivo di rispondere alle esigenze specifiche degli assistiti.

>>> Sara Farnetti - continua da pagina 2

“AVERE GRASSI ADDOMINALI SIGNIFICA RIDURRE PERFORMANCE E CONCENTRAZIONE: EVITATE GRASSI E CARBOIDRATI”

Possiamo metterlo in pratica, controllando i killer della nostra salute, tra cui l'aumento di peso e della circonferenza vita. Ridurre il peso corporeo deve essere pensato nella prospettiva di guadagnare salute, non solo nell'ottica di migliorare la forma fisica. Può essere anche dannoso a medio e lungo termine, può accelerare l'invecchiamento, creare uno squilibrio ormonale persistente. Dobbiamo diffondere una nuova cultura della prevenzione, identificando i gruppi a rischio e proponendo pacchetti di prevenzione mirata e personalizzata agli stili di vita e lavorativi. Per esempio, con un'ecografia del fegato si identifica la sindrome metabolica in cui è caratteristica la presenza del grasso viscerale in quest'organo.

Ragionamento che vale a maggior ragione per i manager...

Assolutamente sì. Stiamo parlando di una categoria precisa dove l'unico obiettivo è esprimere la massima energia mentale. Vietato mancare della consapevolezza di quello

che mettiamo nel piatto. Zuccheri e carboidrati, presenti nelle pizzette, nel toast, nei succhi e nei panini, sono alimenti che mixati rendono il cervello meno efficiente.

Qualche suggerimento per una corretta alimentazione? In particolare per i manager che hanno poco tempo durante la giornata da dedicare ai pasti...

Una colazione non troppo ricca di zuccheri: magari con pane, olio e pomodoro, pane e uovo o pane con olive. Poi spezzare la mattinata e anche il pomeriggio con cibi “amici”, come cioccolato fondente, pistacchi, mandorle o pinoli. Un light lunch con un solo carboidrato: o pasta o pane o meglio ancora, uno stimolo proteico come pesce, carne o uova e una piccola quota di carboidrati. La sera, per riposare meglio, ottenere un effetto detossicante e recuperare, riso o pasta (massimo 80-90 grammi) al dente mantecati nell'olio extravergine caldo per renderli più facili da digerire e da gestire a livello metabolico.

>>> Lucia Magnani - continua da pagina 3

“A TAVOLA NOI NON TOGLIAMO NULLA, MA È MOLTO IMPORTANTE L'APPROCCIO AL CIBO”

Dopo gli esami sullo stress ossidativo, il paziente viene sottoposto a un check-up di altissimo livello, a cui segue il nutrizionista, il personal trainer per l'attività fisica e la spa manager che programma i trattamenti estetici. L'obiettivo è vivere bene e più a lungo. Ricordo che per i manager che aderiscono al Fasi il soggiorno nelle nostre strutture costa la metà, poiché non pagano la parte servizi e stiamo studiando una convenzione anche per gli iscritti Assidai. **Quali “correttivi” consiglierebbe alle abitudini di vita di un manager?**

Bisogna superare la sedentarietà, cercare di muoversi ogni giorno salendo le scale o facendo tratti a piedi. E a tavola è molto importante sapere come avvicinare il cibo. Noi non togliamo nulla, ma invitiamo a consumare due spuntini, a metà mattinata e a metà pomeriggio, per riattivare metabolismo.

UN NUOVO SITO VISIBILE PER TUTTI



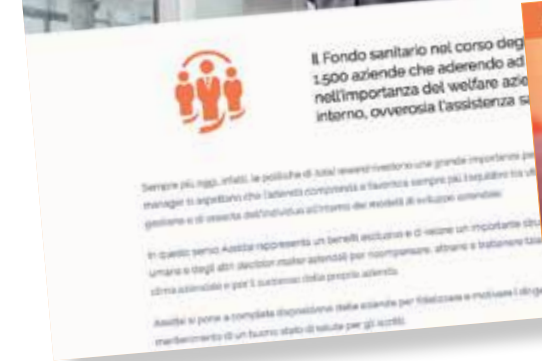
COMPLETATO IL RESTYLING DEL PORTALE DI ASSIDAI CHE ORA È AGGIORNATO CON LE "ABITUDINI" TECNOLOGICHE DEI PROPRI ISCRITTI E VISIBILE CON TUTTI I DISPOSITIVI MOBILI

Un nuovo sito per un Assidai che vuole essere sempre più vicino ai propri iscritti e alle loro esigenze. Il restyling del portale del Fondo parte da una presa d'atto ben precisa: il vecchio sito aveva ormai sei anni, ma nel frattempo le abitudini degli internauti e in generale degli internauti sono cambiate molto. In più, non era navigabile da dispositivi mobili quali smartphone o tablet. Per questo, dopo lunghi studi interni e una importante raccolta di informazioni pres-

so gli iscritti stessi, Assidai ha deciso di cambiare tecnologia e rendere il sito compatibile e visibile con qualsiasi tipo di smartphone, tablet e da qualsiasi risoluzione. Insomma, è stato realizzato un servizio migliore, a prescindere dalla provenienza dell'utente, anche perché dai recenti dati Audiweb appare evidente come ci sia una sempre più forte flessione dell'audience on line da pc e una crescente connessione quotidiana da device mobili, cioè smartphone e tablet. Del resto, l'obiettivo primario che Assidai persegue quotidianamente è proprio quello di garantire servizi sempre più efficienti per la massima soddisfazione di coloro che sono già iscritti e dei nuovi potenziali iscritti.

>>>Continua a pagina 8

“ DAI RECENTI DATI AUDIWEB APPARE EVIDENTE COME CI SIA UNA SEMPRE PIÙ FORTE FLESSIONE DELL'AUDIENCE ONLINE DA PC E UNA CRESCENTE CONNESSIONE QUOTIDIANA DA DEVICE MOBILI



CINQUE ABBRACCI PER VALORIZZARE I PUNTI

AL VIA LA NUOVA CAMPAGNA ISTITUZIONALE CHE PUNTA A FARE DIVENTARE IL FONDO UN PROTAGONISTA DEL SETTORE SANITARIO DELL'ASSISTENZA E DEL BENESSERE DI DIRIGENTI, QUADRI E ALTE PROFESSIONALITÀ

Cinque abbracci per rilanciare l'immagine e la conoscenza di Assidai, in particolare delle sue caratteristiche uniche e peculiari come Fondo sanitario non profit. La nuova campagna istituzionale ha l'obiettivo di fare diventare ancora di più, nel tempo, il Fondo un protagonista del settore sanitario sui temi dell'assistenza e del benessere per i dirigenti, i quadri e le alte professionalità. I cinque abbracci, alla serenità, al futuro, all'avvenire, alla fiducia e al successo, esprimono così un linguaggio emotivo (ma senza eccessi), rivolto al futuro (ma senza forzature) e concretamente vicino ai reali bisogni degli iscritti.

Perché un abbraccio

La metafora dell'abbraccio è stata scelta per sottolineare l'adesione volontaria ad

“LA METAFORA DELL'ABBRACCIO È STATA SCELTA PER SOTTOLINEARE L'ADESIONE VOLONTARIA AD ASSIDAI, MENTRE I SOSTANTIVI SONO STATI SELEZIONATI PER EVIDENZIARE I VANTAGGI CHE IL FONDO GARANTISCE AGLI ISCRITTI



“TUTTI GLI ELEMENTI DELLA CAMPAGNA, CURATA DA ASSIDAI INSIEME ALLA SOCIETÀ ER CREATIVI, HANNO UN OBIETTIVO: INSTAURARE UNA COMUNICAZIONE PARITETICA E FAMILIARE CON GLI ISCRITTI

Assidai mentre i sostantivi sono stati selezionati per evidenziare i vantaggi che il Fondo garantisce. Le immagini rispondono a un'importante funzione di contenuto: l'abbraccio (che avvenga in famiglia, tra nonno e nipote, tra una giovane coppia o tra colleghi che festeggiano un successo professionale) vuole essere la firma visiva Assidai. Inoltre, è stato deciso di utilizzare un carattere tipografico particolare, elegante, caratterizzato da linee morbide e da un tratto leggero. Elementi che, tutti insieme, con-

corrono a rafforzare la forza della campagna istituzionale e stabiliscono con l'utente una comunicazione paritetica e familiare.

I valori umani

La campagna, ideata da Assidai insieme ai creativi Elisa Roncoroni e Roberto Caselli (che guidano la società “ER Creativi in prima linea”), punta così a mettere in risalto i valori umani di Assidai e meglio ancora le accezioni di solidarietà e reciprocità del Fondo. Del resto, l'abbraccio è già di per sé un valore che invita a fare qualcosa con l'anima e con il corpo. Per questo, le cinque immagini scelte (riprodotte in queste due pagine) sono particolari e poco usuali: non sono abbracci qualsiasi, ma fanno intuire la totalità delle cose e offrono la sfumatura giusta di emozione. Il tutto per offrire un volto ancora più umano e caldo di Assidai, con la giusta dose di spontaneità.

Le prospettive

Oltre che per definire la voce e l'immagine di Assidai nei prossimi anni, la nuova campagna istituzionale è stata studiata per rispondere alle esigenze di restyling del sito www.assidai.it e per il progetto “Visibilità sedi Associazioni Territoriali Federmanager”. Il pay-off istituzionale di campagna è «Una scelta per la vita», che si integra all'interno del logo Assidai con l'elemento descrittivo già presente “Il fondo sanitario per il tuo benessere”.

“LE CINQUE IMMAGINI SCELTE SONO PARTICOLARI E POCO USUALI: NON SONO ABBRACCI QUALSIASI, MA FANNO INTUIRE LA TOTALITÀ DELLE COSE E OFFRONO LA SFUMATURA GIUSTA DI EMOZIONE

DI FORZA DI ASSIDAI

Abbraccia il successo.

Un fondo sanitario non profit. Perché sarà sempre al tuo fianco nella tua carriera.

Assidai
Il fondo sanitario per il tuo benessere
Una scelta per la vita.

C'è un Fondo sanitario Integrativo diverso dagli altri, perché creato da manager per i manager, i quadri, le alte professionalità e le loro famiglie. È senza scopo di lucro e si prende cura di oltre 120.000 persone. Non ha limiti di età, di accesso e di permanenza; non opera la selezione del rischio, non può recedere dall'iscrizione e, quindi, tutela gli essetti per tutta la durata della loro vita. Tutto questo è garantito da un'istituzione: Fedemanager. Ed è contenuto in un nome: Assidai.

segui su

www.assidai.it

Abbraccia la fiducia.

fondo sanitario non profit. È non occorre essere sposati per essere tutelati.

Assidai
Il fondo sanitario per il tuo benessere
Una scelta per la vita.

Integrativo diverso dagli altri, perché creato da manager alle professionalità e le loro famiglie. È senza scopo di lucro e si prende cura di oltre 120.000 persone. Non ha limiti di età, di accesso e di permanenza; non opera la selezione del rischio, non può recedere dall'iscrizione per tutta la durata della loro vita. Tutto questo è garantito da un'istituzione: Fedemanager. Ed è contenuto in un nome: Assidai.

segui su

www.assidai.it

Abbraccia il futuro.

Un fondo sanitario non profit. Perché è il modo migliore per dare il benvenuto al domani.

Assidai
Il fondo sanitario per il tuo benessere
Una scelta per la vita.

C'è un Fondo sanitario Integrativo diverso dagli altri, perché creato da manager per i manager, i quadri, le alte professionalità e le loro famiglie. È senza scopo di lucro e si prende cura di oltre 120.000 persone. Non ha limiti di età, di accesso e di permanenza; non opera la selezione del rischio, non può recedere dall'iscrizione e, quindi, tutela gli essetti per tutta la durata della loro vita. Tutto questo è garantito da un'istituzione: Fedemanager. Ed è contenuto in un nome: Assidai.

segui su

www.assidai.it

“CON LA CRISI DELLA POLITICA I CITTADINI SI ASPETTANO IMPRESE PIÙ SOCIALI”

Le campagne di comunicazione istituzionale? “C'è chi le considera un lusso che si possono permettere solo le grandi aziende. In realtà non è così: hanno un'importanza crescente in una fase storica in cui, a causa della crisi della politica, i cittadini hanno aspettative superiori al passato nei confronti del ruolo sociale delle aziende più rilevanti del Paese”. Il sito internet di un'azienda? “Deve garantire una sorta di casa di vetro all'impresa e non solo: deve avere un contenuto emozionale, descrivere numeri e al tempo stesso raccontare narrazioni, passioni ed emozioni”. Le nuove iniziative di Assidai su sito e campagna istituzionale? “Le apprezziamo e sono pienamente d'accordo con questo indirizzo strategico”. A parlare è Francesco Delzio, nato a Roma nel 1974 e attualmente direttore Relazioni Esterne, Affari Istituzionali e Marketing (Executive Vice President) del gruppo Atlantia e di Autostrade per l'Italia.

Che rilevanza hanno secondo lei le campagne di comunicazione istituzionali e in che modo riescono a modificare la percezione di un'azienda nei confronti del pubblico e degli stakeholder?
Le ultime indagini demoscopiche dimostrano che, dalle aziende, ci si aspetta un ruolo sempre più sociale oltre che economico e finanziario: una sorta di ruolo-guida verso i clienti e più in generale verso i cittadini, e attività di welfare sempre più intense nei confronti dei dipendenti. Da ciò deriva un'importanza crescente delle campagne che raccontano un ruolo sociale, danno un senso alla presenza di una grande o media azienda nel suo territorio e nel suo Paese e, in sostanza, indicano una prospettiva di sviluppo e trasferiscono fiducia alle persone. In questo senso le campagne di comunicazione istituzionali possono cambiare la percezione di un'azienda attraverso l'arricchimento della sua brand equity, contribuendo a

“HANNO IMPORTANZA CRESCENTE LE CAMPAGNE CHE DANNO UN SENSO ALLA PRESENZA DI UNA GRANDE O MEDIA AZIENDA NEL SUO TERRITORIO E NEL SUO PAESE



far emergere un ruolo sociale delle aziende spesso non conosciuto.
L'ultima campagna di Autostrade per l'Italia, “Sei in un Paese meraviglioso”, è stata veramente d'impatto e ha sottolineato la bellezza del nostro Paese. Quale è stata la sua genesi? E che risultati avete ottenuto?
Non è stata soltanto una campagna di comunicazione ma un'iniziativa a tutto tondo destinata a rafforzare il ruolo sociale di Autostrade per l'Italia, diventata così una grande vetrina per le bellezze nascoste che sono presenti nei territori attraversa-

ti dalla rete autostradale. Per realizzarla abbiamo dapprima individuato - con partner d'eccezione quali Touring Club Italiano e Slow Food - siti artistici, culturali e naturali nonché itinerari gastronomici inediti e, soprattutto, oggi non adeguatamente valorizzati ma che hanno le caratteristiche per offrire agli automobilisti esperienze turistiche di qualità. La fase successiva è stata l'installazione dei cartelli Touring lungo le autostrade e di cornici dorate che, in 90 aree di servizio, raccontano le esperienze che abbiamo selezionato.

>>> Continua a pagina 8

UN SITO NUOVO E ANCHE PIÙ SICURO

I DATI PERSONALI VENGONO PROTETTI GRAZIE A LIVELLI ELEVATI DI CRITTOGRAFIA

La tecnologia innovativa scelta per la realizzazione del sito (Wordpress) permetterà un approccio più *user friendly*, per poter approfondire facilmente la conoscenza del Fondo sanitario, trovare informazioni, conoscere le novità e leggere approfondimenti sul welfare. Ma un altro obiettivo del nuovo portale, non certo secondario, è far conoscere a importanti decision maker aziendali i vantaggi di aderire ad Assidai e sviluppare una maggiore presenza del Fondo sanitario sui social media, al fine di essere sempre più vicini a chi è già iscritto, ai potenziali iscritti e agli stakeholder che analizzano con attenzione le attività svolte costantemente da Assidai.

La nuova evoluzione tecnologica di Assidai non si sviluppa solo sul sito, ma anche nell'area riservata di ogni iscritto.

Ciò che interessa a quest'ultimo è anche la sicurezza e la protezione dei dati personali: per questo Assidai ha installato certificati che usano livelli di crittografia davvero molto elevati.

Infine, un altro elemento importante è una migliore fruibilità del sito, ottenuta snellendo il più possibile menù e contenuti. Inoltre, sono state utilizzate immagini positive tra cui quelle della nuova campagna istituzionale "Abbracci", che permettono di sviluppare un rapporto più interattivo con gli iscritti. Assidai si augura che il nuovo sito possa essere accolto favorevolmente da parte di tutti e, sempre con l'obiettivo di fornire il miglior servizio, continuerà a lavorare anche per il rinnovamento tecnologico di tutte le aree riservate.

UN GRAZIE AGLI ISCRITTI PER STORIE E FOTO

Desidero ringraziare tutti gli iscritti che hanno accolto la nostra richiesta di aderire all'iniziativa "Ogni abbraccio è una storia da raccontare", inviandoci una foto e una storia in linea con la nuova campagna istituzionale del Fondo "Abbracci". Alcuni contributi sono stati davvero toccanti, altri sono stati importanti perché ci hanno fatto capire a pieno il ruolo di Assidai nel percorso di vita personale e professionale dei nostri iscritti. Tutte le foto e le storie ricevute, inoltre, ci hanno confermato che il nostro lavoro, i nostri valori e il nostro impegno, per gli iscritti hanno un significato addirittura più ampio di quello che ci potevamo aspettare: uno stimolo straordinario per tutto il nostro team. Invito tutti coloro che hanno aderito all'iniziativa

a visitare il nostro sito e ancora grazie a tutti.

Marco Rossetti
Direttore Assidai



>>> Francesco Delzio - continua da pagina 7

DELZIO: "LA SVOLTA DI ASSIDAI SU WEB E CAMPAGNA? SONO PIENAMENTE D'ACCORDO"

Tutto questo materiale può essere consultato da chiunque sul sito di Autostrade per l'Italia e attraverso appositi computer, gli high point, posti all'interno dei building per la ristorazione in area di servizio. Da "Sei in un Paese meraviglioso" è nato anche l'omonimo programma televisivo, la cui seconda edizione sta andando in onda su Sky Arte ogni giovedì alle 21.10 con un "Virgilio" d'eccezione come Dario Vergassola. Ma sono gli effetti dell'intera iniziativa a essere molto importanti, addirittura sorprendenti: abbiamo consentito soprattutto ai comuni piccoli e medi di avere una vetrina straordinaria per i loro siti turistici, con grande soddisfazione da parte degli amministratori locali, valorizzando la provincia italiana e in alcuni casi riuscendo a riaprire siti chiusi da anni. Senza dimenticare il gradimento da parte degli automobilisti, anch'esso molto alto, visto che sono rimasti sorpresi dal fatto di trovare suggerimenti per le loro esperienze turistiche "on the road" nelle aree di servizio autostradali.

Questa campagna ha avuto un'ottima integrazione all'interno del vostro sito. Quali sono le caratteristiche che deve avere il sito internet di un'azienda per essere interessante e appealing?

Deve parlare non solo per dati ma anche per immagini, con un linguaggio web di tipo emozionale, e deve avere una fruibilità eccellente che consenta di arrivare al contenuto desiderato nel minor numero possibile di click. Inoltre, deve avere una significativa capacità di crossing dei dati in tempo reale e, nel nostro caso, deve fornire sempre informazioni aggiornate sullo stato e sull'accessibilità delle autostrade e di tutti i servizi che offriamo. Più in generale, sono convinto che oggi il sito internet di un'azienda debba necessariamente garantire una sorta di "casa di vetro" sulle attività e sull'andamento dell'azienda stessa.

Come valuta la decisione di Assidai di rifare il suo sito e renderlo disponibile da tutti i dispositivi mobili? Cosa ne pensa di tale decisione sia come professionista della comunicazione che come iscritto Assidai?

È una svolta importante dal punto di vista della fruibilità delle informazioni. Più in generale il fatto che Assidai voglia far conoscere ancora meglio il proprio ruolo, in termini di trasparenza e socialità, è coerente con tutti i ragionamenti fatti finora. Pertanto sono pienamente d'accordo con questa scelta.

IDENTIKIT

Manager, scrittore e docente universitario. Classe 1974, Francesco Roberto Delzio vive a Roma. Attualmente ricopre contemporaneamente gli incarichi di Direttore Relazioni Esterne, Affari Istituzionali e Marketing (Executive Vice President) del gruppo Atlantia e di Autostrade per l'Italia, nonché di Direttore Relazioni Esterne e Affari Istituzionali di Aeroporti di Roma. È inoltre Presidente di AD Moving (la concessionaria di pubblicità del gruppo autostradale), nonché Direttore di My Way (il primo canale TV dedicato al mondo della mobilità su strada, in onda su SKY), di Infomoving (la TV delle aree di servizio) e del magazine Agorà. In ambito accademico, è Condirettore del Master in Relazioni Istituzionali, Lobby e Comunicazione d'Impresa presso l'Università Luiss Guido Carli, nonché docente di Corporate Communication e di Politica e Lobby presso il Master. È anche editorialista del quotidiano *Avvenire*, dove tiene la rubrica settimanale *Opzione Zero*, di RTL 102.5, dove conduce il programma radiofonico *La Scossa*, e di *InPiù*, di cui è membro del Comitato Scientifico.