

BUONE PRATICHE DI CARATTERE GENERALE

DESCRIZIONE BUONA PRATICA

Codice Buona Pratica: /

1. Buona pratica

Generale

2. Titolo BP

COMUNICAZIONE SUL PROGRAMMA WHP ATTRAVERSO IL PERIODICO AZIENDALE "L'ARGOMENTO"

3. Anno di riferimento

2016

4. Luogo di lavoro (nome azienda; sede; tipologia di azienda)

- **Nome azienda:** ARGOMM SPA
- **Sede:** VILLONGO BG
- **Tipologia di azienda:** Manifatturiera

5. Referente per la Buona Pratica

- **Nome:** Luca Cuni
- **Ruolo:** Risorse Umane
- **Telefono:** +39 035 4260202
- **Email:** luca.cuni@argomm.it

6. Dati di contesto (N. lavoratori, tipologia, caratteristiche della sede, dell'attività, degli addetti...)

250 dipendenti, produzione guarnizioni industriali in gomma,

7. Obiettivi

Il periodico ha finalità di comunicazione in generale. Per la comunicazione nell'ambito del programma gli obiettivi sono:

- Sensibilizzare rispetto alle aree tematiche di intervento WHP
- Informare sulle opportunità che l'azienda mette a disposizione dei lavoratori
- Promuovere la partecipazione dei dipendenti alle buone pratiche attivate

8. Descrizione delle attività realizzate e analisi di processo

La comunicazione utilizza diversi canali tra cui il periodico aziendale "L'Argomento".

La periodicità di pubblicazione è quadrimestrale.

Il periodico è registrato presso il Tribunale di Bergamo (2005) con Direttore responsabile Luca Cuni.

La Redazione composta da 10 colleghi Argomm

La tiratura è di 500 copie

Il periodico viene consegnato a tutti i dipendenti in allegato alla paga e viene distribuito a fornitori, amministrazioni locali, enti pubblici sovracomunali e ad aziende.

9. Attività di comunicazione e strategie per favorire la partecipazione dei lavoratori

Un numero all'anno è dedicato interamente alle tematiche WHP

10. Budget e costi

1200 euro a edizione

BUONE PRATICHE DI CARATTERE GENERALE

DESCRIZIONE BUONA PRATICA

Codice Buona Pratica: /

11. Strategie adottate per garantire la sostenibilità a medio-lungo termine

La promozione delle buone pratiche utilizza un canale aziendale esistente ed è pertanto pienamente sostenibile. La comunicazione WHP è integrata rispetto alle altre tipologie di comunicazione aziendale.

12. Valutazione dei risultati

- **N. dipendenti coinvolti:** 250
- **Gradimento:** Il periodico viene letto dai lavoratori e il gradimento è buono.
- **Eventuali miglioramenti misurati:** La comunicazione attraverso il periodico è efficace e raggiunge i lavoratori. Nel 2017 verrà ripetuta una indagine sulla diffusione dei fattori di rischio comportamentali. Nell'edizione precedente erano già emersi miglioramenti nella diffusione di fattori di rischio in ambiti specifici rispetto alla situazione iniziale.

13. Altri riferimenti, contatti e suggerimenti per replicare l'iniziativa

/

14. Allegati (documenti, foto, brochures...)

- L'Argomento ed.76 del Maggio 2016