



PROGETTO SMART WORKING HEART

SMART WORKING HEART – *Passion does still live here*

La nostra *mission* consiste nel promuovere la destinazione incrementando i flussi turistici e accogliere al meglio i visitatori che la scelgono.

Promozione significa prima di tutto **raccontare l'esperienza Torino** valorizzandone le peculiarità attrattive per ciascun target di riferimento, suscitando nell'interlocutore la voglia di viverla in prima persona.

Accoglienza significa non tradire le aspettative, curando l'esperienza in loco con l'obiettivo di continuare ad **emozionare**, generando il desiderio di tornare e di raccontare le emozioni vissute affinché le testimonianze siano a loro volta un veicolo promozionale.

Pubblico finale, trade, decision maker del segmento mice: apparentemente target diversi, nella realtà accomunati dal desiderio di vivere **un'esperienza coinvolgente** e l'esperienza ha inizio in occasione del primo contatto con il nostro **Staff, promotore dell'offerta e ambasciatore di emozioni**.

Da qui l'idea di alimentare e incrementare l'aspetto emozionale e creativo del lavoro di comunicazione, che quotidianamente svolgiamo con passione fin dai tempi della candidatura per Torino 2006, facendo leva sull'**employee experience**: vogliamo che le prime persone a vivere un'esperienza positiva e coinvolgente siano proprio quelle incaricate di suscitare emozioni attraverso **l'esperienza Torino** affinché il messaggio passi ancora più forte.



www.turismotorino.org

SMART WORKING HEART – *Passion does still live here*

... così abbiamo deciso di ripensare l'**employee experience** cogliendo l'opportunità offerta dallo *smart working*
Perché?

***Ridurre i vincoli spazio-temporali permette di
innovare l'approccio al lavoro stimolando la creatività
migliorare la performance***

Grazie al progetto **SMART WORKING HEART** è possibile lavorare fuori dall'ufficio fino a 4 giorni al mese, durante i quali scegliere liberamente:

- ✓ compiti
- ✓ luogo
- ✓ orario

PRIMA...



...DOPO



www.turismotorino.org

SMART WORKING HEART – *Passion does still live here*

➤ **Macro obiettivo**

migliorare la risposta agli stimoli derivanti dalla *mission* istituzionale attraverso un segnale concreto di attenzione alle **persone** che ci lavorano, dimostrando loro che sono parte di un'organizzazione attenta alle loro del proprio Staff e al passo coi tempi, nonostante il momento storico di grande incertezza che stiamo vivendo.

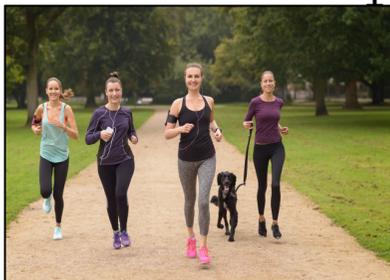
➤ **Micro obiettivi**

✓ incrementare il livello di:

- autonomia, creatività, *engagement* e soddisfazione dello staff
- fiducia nell'organizzazione e tra management e collaboratori
- autonomia operativa e flessibilità organizzativa
- benessere complessivo derivante da:

- stress per raggiungere il luogo di lavoro
- costi per viaggiare da e verso il luogo di lavoro

• tempo libero



www.turismotorino.org

SMART WORKING HEART – *Passion does still live here*

➤ **Micro obiettivi**

- ✓ ridurre l'impatto ambientale attraverso:
 - inquinamento
 - carta e inchiostro



Fare turismo significa
anche prendersi cura
dell'ambiente

- ✓ contenere i costi derivanti dalla gestione e manutenzione di spazi fisici progettati secondo un layout non più funzionale rispetto a come le attività evolvono perché poco flessibile e non basato sul concept di activity based workspace



- ✓ migliorare immagine, comunicazione e relazioni esterne lavorando gomito a gomito con partner e stakeholder attraverso ad una presenza più diffusa nelle sedi territoriali

www.turismotorino.org

SMART WORKING HEART – *Passion does still lives here*

PROGETTAZIONE: FASE PRELIMINARE

- studio della normativa relativa allo smart working
- ascolto e ricerca di informazioni attraverso la partecipazione ad eventi tematici e convegni dedicati
- analisi di benchmarking
- identificazione di un ipotetico modello da sperimentare, di cui si è stimata la percentuale di applicabilità rispetto all'intera popolazione aziendale (pari al 90% dei lavoratori e delle lavoratrici), progettando così un percorso in divenire.

SVILUPPO DEL PROGETTO

- analisi e valutazioni delle azioni necessarie per far sì che la tecnologia fosse un concreto fattore abilitante per un approccio al lavoro realmente smart
- coinvolgimento del management al fine di condividere la vision che sta alla base di una vera e propria evoluzione della cultura aziendale
- pianificazione di interventi formativi improntati su:
 - sicurezza
 - utilizzo dei dispositivi e degli applicativi in dotazione
 - sul lavoro per obiettivi.

SFIDE

- ⇒ Individuare una modalità di lavoro agile che possa coinvolgere tutto il personale, compreso quello preposto al presidio di uffici IAT aperti al pubblico in cui opera una sola risorsa
- ⇒ Trasformare questa nuova modalità di lavoro in un'opportunità di miglioramento delle relazioni sindacali

www.turismotorino.org

SMART WORKING HEART – *Passion does still lives here*

COMPONENTE INNOVATIVA

Stando ai dati diffusi dall'Osservatorio Smart Working del Politecnico di Milano nel rapporto del 2018

- ❖ gli Smart Worker sono ancora prevalentemente uomini (76%), appartenenti alla generazione X (tra i 38 ed i 58 anni) (50%) e residenti nel nord-ovest del Paese (48%)
 - ⇒ ***La popolazione aziendale di Turismo Torino e Provincia è rappresentata per il 95% da donne la cui età media è 45 anni***
- ❖ rispetto al campione di dati raccolti, a livello di PA solo il 9% ha adottato modalità di lavoro agile, mentre nel mondo delle PMI la percentuale sale al 24%, contro l'87% delle grandi imprese
 - ⇒ ***Turismo Torino e Provincia è un ibrido della dimensione di una PMI (l'organico è composto da 69 lavoratori e lavoratrici) la cui natura, in qualità di ente strumentale, con il recente evolversi delle normative si è avvicinata molto a quella di una PA. Tuttavia, non essendo una PA tout-court coniuga e si ispira alle best practice delle grandi imprese con i principi di «efficienza, efficacia, economicità, imparzialità e trasparenza» che è chiamata ad osservare in ossequio alla normativa che ne regola l'esistenza***
 - ⇒ ***Grazie alla metodologia BYOD* il progetto è stato realizzato quasi a costo zero***
- ❖ rispetto ai soggetti partecipanti alla ricerca, a livello di grandi imprese (183 aziende in tutto) il settore Turismo/Hospitality/Ristorazione rappresenta solo l'1%, che sale al 6% per quanto riguarda le PMI (501 in tutto) dove, tuttavia, il lavoro agile stenta a decollare (v. sopra)
 - ⇒ ***Turismo Torino e Provincia si rivela una partecipata «fuori dal coro» per capacità di innovare l'approccio al lavoro***

www.turismotorino.org

*Bring Your Own Device

