



Luxottica Group, welfare personalizzato e check-up medico gratuito per i dipendenti

Il Gruppo introduce la possibilità per il dipendente di gestire e trasformare, in tutto o in parte, il premio di risultato in beni e servizi welfare su misura

Milano e Agordo (Belluno), 7 luglio 2017 – Luxottica Group accresce ulteriormente il suo sistema di welfare aziendale in Italia, introducendo i piani di welfare di tipo flessibile e personalizzati attraverso il coinvolgimento diretto e l'ascolto della popolazione aziendale, e una campagna massiva di prevenzione, con un check-up medico gratuito per i dipendenti. Oggetto di accordi territoriali con le Organizzazioni Sindacali, le due iniziative confermano la forte attenzione del Gruppo ai bisogni individuali dei lavoratori e ai temi di salute e prevenzione.

“Riportiamo ancora una volta al centro della nostra organizzazione il valore delle persone, la loro individualità, il legame emozionale con l'azienda e il senso di comunità e appartenenza che muovono le nostre fabbriche e il successo di Luxottica nel mondo”, commenta Leonardo Del Vecchio, Presidente Esecutivo di Luxottica. “La nuova fase del welfare Luxottica nasce dall'ascolto dei bisogni dei nostri collaboratori per poter offrire loro una piattaforma di servizi ancora più personalizzata”.

Il welfare “su misura” in Luxottica

I dipendenti Luxottica a partire da quest'anno possono scegliere, in totale autonomia, di ricevere il premio di risultato aziendale in denaro o trasformarlo, in tutto o in parte, in beni e servizi di welfare. Nel secondo caso, oltre a beneficiare dell'esenzione da imposizione prevista dall'attuale normativa, avranno accesso dal 10 luglio, giorno di erogazione del premio, ad un vero e proprio menù digitale di beni e servizi tra i quali scegliere, costruito attorno ai loro bisogni individuali e familiari censiti dal Gruppo attraverso un'indagine interna e momenti di incontro e ascolto organizzati in tutte le sedi italiane. Il paniere di opportunità, suddiviso negli ambiti previsti dal legislatore (ad esempio spese per l'istruzione, la famiglia o la cultura e il tempo libero), sarà costantemente aggiornato e arricchito nel tempo per rispondere a specifiche richieste o a necessità emergenti dei lavoratori.

Luxottica, inoltre, restituirà ai dipendenti parte del beneficio contributivo riconosciuto dall'attuale normativa all'azienda, pari al 10% dell'ammontare del premio convertito in welfare. Il valore netto finale sarà pertanto superiore non solo al corrispettivo liquidato in busta paga, soggetto a tassazione, ma anche al lordo di partenza.

Ai dipendenti, infine, sarà garantita la possibilità di rivedere la loro scelta e di chiedere entro la fine di ogni anno l'eventuale liquidazione in denaro del valore residuo, l'accantonamento dello stesso all'anno successivo all'interno di un “conto welfare” personale, oppure la sua destinazione ad un fondo di previdenza complementare per godere dell'ulteriore vantaggio fiscale differito previsto dalla Legge di Bilancio 2017.

Il check-up medico gratuito per tutti i dipendenti

Ad integrazione dei numerosi servizi di assistenza sanitaria e prevenzione già attivi nell'ambito del Sistema Welfare, Luxottica introdurrà da ottobre 2017 a favore dei suoi dipendenti di età superiore a quarant'anni, una campagna di prevenzione attraverso un check-up medico completo e gratuito. L'iniziativa sarà realizzata secondo specifici criteri clinici e coinvolgendo dove possibile le strutture pubbliche, in un'ottica di sussidiarietà rispetto al welfare pubblico. Il pacchetto di controlli comprende i necessari esami di laboratorio e strumentali e visite specialistiche tra cui, con diversa periodicità, cardiologica, ginecologica e dermatologica. Ai dipendenti sopra i cinquant'anni sarà data inoltre la possibilità di usufruire anche di un'ulteriore visita specialistica a scelta.

Il Sistema Welfare

Nato nel 2009 in un contesto economico di grande incertezza, per intervenire concretamente a sostegno del potere d'acquisto dei dipendenti italiani, il Sistema Welfare ha ampliato negli anni la sua sfera d'azione che oggi comprende le seguenti aree: sostegno al reddito, salute e benessere, assistenza sociale e servizi alle famiglie, giovani e istruzione, mobilità. Tra i principali servizi offerti: beni di consumo primario, servizi di medicina preventiva e diagnostica, cure odontoiatriche e specialistiche, microcredito di solidarietà, counselling, numerose iniziative a favore dei giovani come borse di studio, rimborso delle tasse universitarie per studenti meritevoli, corsi di orientamento scolastico e professionale, stage in azienda, soggiorni all'estero, summer camp.

Contatti:

Marco Catalani
Group Corporate Media Relations Senior Manager
Tel.: +39 02.86334470
e-mail: marco.catalani@luxottica.com

Luxottica Group S.p.A.

Luxottica Group è leader nel design, produzione e distribuzione di occhiali di fascia alta, di lusso e sportivi, con un portafoglio marchi forte e ben bilanciato sia di proprietà, tra cui Ray-Ban, Oakley, Vogue Eyewear, Persol, Oliver Peoples e Alain Mikli, sia in licenza, come Giorgio Armani, Burberry, Bulgari, Chanel, Dolce&Gabbana, Ferrari, Michael Kors, Prada, Ralph Lauren, Tiffany & Co., Valentino e Versace. Oltre a una presenza wholesale globale che tocca più di 150 Paesi, il Gruppo gestisce un esteso network retail, comprendente circa 8.000 negozi: LensCrafters e Pearle Vision in Nord America, OPSM e LensCrafters in Asia-Pacifico, GMO in America Latina, Salmoiraghi & Viganò in Italia e Sunglass Hut in tutto il mondo. Con oltre 80.000 dipendenti nel mondo, Luxottica Group ha chiuso il 2016 con un fatturato di oltre 9 miliardi di Euro. Per ulteriori informazioni sul Gruppo: www.luxottica.com.