

# “Vado in vacanza con l'azienda di papà” così rinasce il mito delle colonie estive

VERA SCHIAVAZZI

**C**I SONO tradizioni che si evolvono, come i soggiorni per i figli dei dipendenti Eni a Cesenatico o Castagneto Carducci, e altre che si rinnovano, come le vacanze proposte dalla Fiat che quest'anno per la prima volta ha inserito l'inglese e la cittadina di Chichester, in Gran Bretagna, tra le mete per ragazzi. Ma la tendenza è la stessa per tutti: in tre anni, le domande di iscrizione alle colonie aziendali, vecchie o nuove che siano, si sono impennate (più 30 per cento) e le aziende che, con una certa lungimiranza, avevano mantenuto gli edifici, o quanto meno l'organizzazione creata nel Novecento per consentire anche ai figli degli operai di andare al mare sono state premiate. La fabbrica-mamma che ti segue ovunque torna a essere un modello vincente.

E se pochi, come la Ferrero, forse il gruppo italiano con la più forte tradizione di welfare per i dipendenti, possono o vogliono permettersi di offrire tutto gratis alle famiglie (i soggiorni a Prigelato e Lignano Sabbiadoro sono a costo zero per chi partecipa), gli altri hanno mantenuto o ridisegnato le due caratteristiche-chiave di queste vacanze: il risparmio (anche quando si paga, i costi

sono inferiori del 20-30 per cento in media rispetto al mercato privato delle vacanze per ragazzi) e la fiducia, perché per mamme e papà l'idea che la prima vacanza da soli dei figli abbia il marchio della “ditta” può fare la differenza.

Dall'inglese all'ambiente in crescita i soggiorni gratis o con lo sconto per i figli dei dipendenti

Sono scomparse le divise, i fischietti degli educatori e la parola “elioterapia”, che portava con sé l'idea di un beneficio nelle esposizioni al sole, è andata in soffitta. È rimasto lo spirito di avventura (la Guardia Forestale, per esempio, propone ai figli dei propri agenti soggiorni nelle proprie sedi e percorsi di studio e tutela dell'ambiente), la preferenza per il mare, la tendenza a ripetere (due famiglie su tre chiedono di nuovo di iscriversi l'anno successivo) e l'arte di arrangiarsi che ha portato nei decenni decine di migliaia di ragazzini a fare i conti col vestirsi e addormentarsi da soli, e mangiare quello che c'è.

La colonia è, anche, un antidoto all'Italia mammona, soprattutto ora che l'età della prima vacanza da soli si è abbassata a 6 anni. L'Eni, che negli anni '50 aveva affidato a un grande architetto come Edoardo Gellner la progettazione delle case di vacanza aziendali, le ha mantenute, mentre Fiat collabora da anni con Keluar, un tour operator specializzato, e propone evergreen come Ma-

rina di Massa (su Facebook spopolano i gruppi di chi l'ha frequentata e vorrebbe ritrovare i compagni di una certa estate...) o novità come l'inglese, ritenuto ormai indispensabile nel welfare progettato da un gruppo internazionale. Unicredit lavora su due binari: da un lato il fai-da-te con il voucher offerto dall'azienda, con decine di convenzioni tra le quali spiccano quelle con Wwf, Gulliver e STS, dall'altro il progetto-pilota già realizzati a Milano e Bologna, che si chiamano “novanta giorni” e propongono ai dipendenti-genitori un qualificato pronto soccorso nel periodo delle vacanze scolastiche, trasferendo i nidi aziendali accanto al loro ufficio. Il Comune di Torino vive il suo giorno-clou il 16 aprile, quando si aprono le iscrizioni ai soggiorni, e centinaia di dipendenti chiedono un'ora di permesso per iscrivere i figli alle destinazioni che vanno da Bardonecchia a New York, mentre il Comune di Milano ha adottato un complesso ma democratico sistema di sor-

Un successo per chi le prova: due famiglie su tre chiedono di iscriversi di nuovo l'anno successivo

teggi che consente anche ai dipendenti che non vivono in città di mandare i figli in colonia, e include anche la scelta dei compagni di stanza.

Il welfare aziendale resta, comunque, un fiore all'occhiello per i grandi gruppi. Il Gruppo Hera, multiutility leader nei servizi energetici e ambientali in Emilia Romagna, ha inserito i soggiorni estivi nel proprio “diversity management”: non è solo opportunità per i piccoli, ma serve a conciliare famiglia e lavoro per i genitori. «Aiuta le madri a rientrare dopo una maternità e migliora la vita di tutti — spiega la manager Susanna Zucchelli — L'azienda paga la metà dei costi, e ora a Palazuolo sul Senio c'è anche un camp residenziale in inglese». Cosa volere di più?

© RIPRODUZIONE RISERVATA





## I SOGGIORNI

### FERRERO

Due mete e soggiorni su quattro turni da due settimane l'uno gratis per i figli dei dipendenti

### FIAT

Oltre a Massa Marittina, da quest'anno offre soggiorni in Inghilterra per studiare l'inglese

### GRUPPOHERA

Propone diversi camp residenziali, uno in inglese, e copre la metà dei costi richiesti alle famiglie

### COMUNEDITORINO

Offre vacanze dalle montagne piemontesi ai corsi negli Usa. La qualità è elevata e i prezzi scontati

### UNICREDIT

I dipendenti possono scegliere tra un soggiorno in convenzione e il prolungamento del nido aziendale

### GUARDIA FORESTALE

Per i figli degli agenti soggiorni nelle strutture del Corpo per imparare la tutela dell'ambiente

## Il boom delle colonie aziendali

L'aumento della domanda ai soggiorni estivi aziendali dal 2011 a oggi

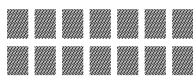
+30%

da 6 a 11 anni  
da 14 a 18 anni  
Le fasce d'età dei ragazzi che vanno in colonia



Le attività più richieste: nuoto, ambiente, ginnastica, tennis, inglese ed escursioni

14 giorni  
la durata media di un soggiorno



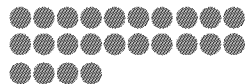
Da 30 a 120  
I bambini e i ragazzi ospitati in ciascuna struttura



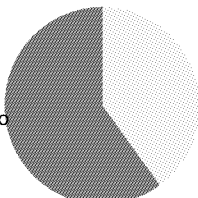
Da 100 a 450 euro  
Il contributo richiesto alle famiglie per i soggiorni in Italia

Emilia Romagna, Veneto e Liguria:  
le regioni più frequentate

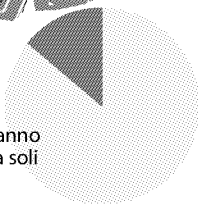
24 anni  
L'età media degli educatori



60%  
Le famiglie che chiedono di ripetere l'esperienza



14%  
I bambini e i ragazzi italiani che vanno in vacanza da soli



6 anni  
L'età media del primo distacco dai genitori

