

WINNAAR GROTE BEDRIJVEN: ELIA

Bedrijfscultuur focust op welzijn

‘Topwerknemers maken topwerkgevers’, dat is het credo van de Belgische netwerkbeheerder Elia. Het bedrijf werd voor het zesde jaar op rij uitgeroepen tot Top Employer en sleept de Trends Impact Awards voor welzijn in de wacht. SIGRID DESCAMPS

Elk jaar wordt het Top Employer-label toegekend aan bedrijven die hun werknemers een uitstekende werkomgeving bieden. In 2023 ontvingen 87 Belgische bedrijven de onderscheiding, waaronder de Belgische de uitbater van hoogspanningsnetwerken Elia, die voor het zesde jaar op rij won, met een score van 88 procent (+2 procentpunt), met een aanzienlijke vooruitgang in duurzaamheid, diversiteit en inclusie. Andere sterke punten die in het juryrapport

naar voren komen, zijn de goede *employer branding* van het bedrijf, het aantrekken van talent, de bedrijfsstrategie, de onboarding, het organiseren van verandering en leren. Dat succes schrijft Elia toe aan zijn medewerkers. “Topwerknemers maken een topwerkgever”, zegt Claire Tomasina, hoofd hr. “Samen streven we naar een cultuur die gericht is op het welzijn van onze medewerkers, met een sterk engagement voor duurzaamheid en om een spe-



ELIA
Managers krijgen een opleiding om hen te helpen overmatige stress op te sporen en te beheren.

BELGAINIMAGE

ler te zijn in de energietransitie en de decarbonisatie. We hebben een belangrijke sociale missie en zijn altijd op zoek naar nieuw talent om ons te helpen te volbrengen. De uitdagingen in onze sector zullen steeds complexer en technischer, maar ook steeds spannender worden.”

Luisteren en delen

Een bedrijf is pas gezond als zijn medewerkers in goede gezondheid verkeren, zowel lichamelijk als geestelijk. Daarom neemt het bedrijf veel maatregelen voor een beter welzijn. Er wordt speciale aandacht besteed aan luisteren en delen. Een maatschappelijk werker leidt werk- en discussiegroepen over opleiding, ondersteuning en welzijn. Een van die groepen, die elke twee maanden bijeenkomt, richt zich op stress en burn-outs. Elia heeft ook het Care4Energy-programma gelanceerd, dat het belang van een goede fysieke en mentale gezondheid benadrukt. Managers krijgen een opleiding om hen te helpen overmatige stress



‘De uitdagingen in onze sector zullen steeds complexer en technischer, maar ook steeds spannender worden’

in hun afdelingen op te sporen en te beheren. Care4Energy biedt de werknemers ook recreatieve activiteiten aan om hen te sensibiliseren voor een goede gezondheid. Die activiteiten zijn gebaseerd op vier pijlers: geestelijke, lichamelijke en emotionele gezondheid en persoonlijke ontwikkeling. Om de fysieke gezondheid van de werknemers te vrijwaren, voorziet Elia zijn verschillende sites bovendien elke dag van vers fruit. De medewerkers worden ook regelmatig uitgenodigd om deel te nemen aan sportevenementen en interne uitdagingen: een week lang voldoende water drinken, 5 kilometer wandelen, een mindfulnesssessie bijwonen, de gsm uitschakelen tijdens de lunch enzovoort. Er zijn gekwantificeerde doelstellingen voor elke pijler. Zodra die zijn bereikt, schenkt Elia 2.500 euro per pijler aan een goed doel. Die initiatieven worden gewaardeerd - Elia heeft een lager absentiecijfer dan het gemiddelde van andere Belgische bedrijven in dezelfde sector. 1

WELZIJN

De post-pandemische explosie van welzijnsinitiatieven heeft aangetoond dat een eenzijdige benadering het welzijn van mensen niet noodzakelijk verbetert. Wij zoeken projecten die de gedeelde verantwoordelijkheid van de werkgever en de werknemer erkennen en ertoe bijdragen dat mensen gezonder kunnen leven, zinvol werk hebben en zich gelukkig, gestimuleerd en verbonden voelen.

Genomineerd: 30 Dagen zonder klagen (Solvay), De Groote - De Man, Elia, Ethias, Euroclear, Move to Happiness Hub, Publicis Groupe, Springbok Coaching, TakeAir, Vitamineatwork, We're Smart World en eBloom

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: EUROCLEAR

Steun op maat voor chronisch zieken

Vorig jaar zei 27 procent van de Belgen ouder dan zestien jaar aan minstens één langdurige ziekte te lijden. In 2021 had 13 procent van de Vlamingen het statuut ‘chronisch ziek’ bij de ziekteverzekering. Dat is niet zonder gevolgen voor de arbeidsmarkt en werkvloer.

Euroclear, dat wereldwijd actief is in financiële marktinfrastructuur, heeft een specifiek programma dat inzet op werknemers die gevelde zijn door chronische ziekte of invaliditeit, maar desondanks willen blijven werken. Het programma maakt structureel deel uit van de vaste hr-processen. Alle belanghebbenden, zoals de bedrijfsarts, de personeelsdienst, de leidinggevenden, de sociale dienstverleners en de teamleden, hebben daarin hun rol om chronisch zieke collega's via aangepast werk weer aan de slag te krijgen en te houden. “Die multidiscipli-

naire aanpak is een sterke troef”, zegt Kirsten Florentie, hoofd hr bij Telenet en Trends Impact Awards-jurylid. “Elke werknemer die uitvalt, heeft een eigen geschiedenis. Dit project maakt het mogelijk hun steun op maat te bieden. Het is een goed onderbouwde, degelijke aanpak die daarom duurzaam en houdbaar is.” De impact is het grootst voor de langdurig zieke werknemers zelf. Zo kreeg een werknemer die wegens een herseninfarct heel veel moeite had om te focussen, een aangepast takenpakket en werkregime om toch aan de slag te kunnen blijven. Daarmee heeft het programma ook een onrechtstreeks effect op het welzijn van de betrokken teams en de andere werknemers. “Het is een maatschappelijk zeer relevant programma, dat bovendien zonder veel moeite over te zetten is in andere organisaties”, stelt jurylid Tom Verboren van PwC. 1 J.P. 2

FINALIST GROTE BEDRIJVEN: ETHIAS

Inclusief en proactief

Omdat het welzijn van een bedrijf nauw verbonden is met dat van zijn werknemers, heeft Ethias 200.000 euro geïnvesteerd om de steun aan zijn 1.952 werknemers en hun gezinnen in het hele land te versterken. Sinds de pandemie zijn sociale cohesie en het welzijn van het personeel een prioriteit geworden. “De menselijke factor is een essentiële waarde. We gaan uit van het principe dat door te zorgen voor onze medewerkers, we zorgen voor het bedrijf en zijn klanten”, klinkt het bij Ethias. Het bedrijf streeft ernaar de juiste werkomstandigheden te creëren zodat zijn werknemers optimaal presteren, waardoor de prestaties van het bedrijf worden gemaximaliseerd en, bij uitbreiding, de kwaliteit van de klantenservice. “We willen preventief en proactief handelen met een preventiebeleid, de ont-

wikkeling van procedures, hulpmiddelen, training, enzovoort, maar ook met ondersteuning en begeleiding wanneer zich problemen voordoen. Daarom hebben we een welzijnsstrategie ontwikkeld die tegelijkertijd inclusief, preventief en proactief is, die wordt geleid door de hr-afdeling in samenwerking met alle belanghebbenden.” De belangrijkste doelstellingen zijn zorgen voor de fysieke en mentale gezondheid van medewerkers, de veerkracht bevorderen in een VUCA-omgeving (*volatile, uncertain, complex en ambiguous*), de risico's op burn-outs en ziekteverzuim beperken, de inzetbaarheid vergroten, de menselijke dimensie integreren in projecten door voortdurend te zoeken naar een collectief en een individueel evenwicht. Die strategie moet Ethias beter in staat stellen uitdagingen aan te gaan. 1 SD



ETHIAS
heeft 200.000 euro geïnvesteerd om de steun aan zijn werknemers te versterken.

BELGAINIMAGE

WINNAAR KMO'S: DE GROOTE - DE MAN

Rebels en revolutionair

Het Gentse advocatenkantoor De Groote - De Man is de winnaar van de Trends Impact Awards in de categorie welzijn. Vorig jaar lanceerde het zijn Corporate Rebels Plan. Daarmee zet het enkele geplogenheden en heilige huisjes in de advocatuur op hun kop. JEF POORTMANS

In advocatenkantoren draait alles rond declarabele uren. Dat is de basis waarop ze hun klanten factureren. Het doel van elke medewerker is zo veel mogelijk declarabele uren voor haar of zijn klanten te schrijven, om daarmee zo hoog mogelijke inkomsten te genereren voor het kantoor. De Groote - De Man (DGDM) is met zijn Corporate Rebels Plan afgestapt van dat model. In plaats van te focussen op de uren, bepalen de medewerkers en de teams hun eigen salaris en vakantiedagen. Op ba-

sis daarvan engageren ze zich voor bepaalde omzetdoelstellingen voor het komende jaar. Vervolgens stippen ze samen met het management een strategie uit om die doelstellingen te halen. "Het is een radicale keuze voor de empowerment van de medewerkers. Het is een goed onderbouwde methode die toont dat presteren en zich goed voelen op de werkvloer samengaan en dat aan toont met prestatie-indicatoren", stelt Kirsten Florentie, hoofd hr bij Telenet en Trends Im-

pact Awards-jurylid in de categorie welzijn. "Het is ook een keuze voor vertrouwen. Een systeem waarin zelfsturing centraal staat, moet gepaard gaan met vertrouwen, want van bovenaf moet men daarvoor de controle deels loslaten." DGDM spreekt van een evenwicht tussen vrijheid, verantwoordelijkheid en vertrouwen. Zo denkt ook Tom Verboven, managing director People & Transformation bij PwC en ook jurylid. "Het is revolutionair in zijn sector. Een grote verdienste is dat het bovendien een structurele en strategische aanpak is. Het is niet ad hoc en eenmalig, zoals bij veel welzijnsprojecten het geval is, maar het gaat naar de kern van de bedrijfsactiviteiten en zorgt daar voor verandering", zegt hij. "Het plan stelt ter discussie waar niemand in de sector zich vragen bij stelt. Dat vergt durf."

Inspiratie

Ook al loopt het Corporate Rebels Plan nog maar een jaar, de impact is al te voelen. De omzetdoelstellingen van DGDM zijn met 20 procent gestegen en volgens de jongste meting worden die al overtroffen. Ook de resultaten van de werknemers-enquêtes liegen er niet om. Alle antwoorden op vragen over geluk, tevredenheid, vertrouwen, erkenning en geloof in het bedrijf evolueerden positief. "Dat zijn stuk voor stuk troeven om talent aan te trekken en te behouden", stelt Tom Verboven. "Het project biedt ook inspiratie voor kleinere bedrijven, waar de inzichten rond zelfsturing veel minder makkelijk ingang vinden dan in grotere bedrijven. Dit toont aan dat het ook in kleine organisaties mogelijk is", zegt Kirsten Florentie. "Hopelijk zal het in zijn sector de bewustwording vergro-



In plaats van te focussen op de uren, bepalen de medewerkers en de teams hun eigen salaris en vakantiedagen.

ten dat het anders kan", voegt Tom Verboven toe. Geen enkel project is zonder uitdagingen, ook dit niet. "Het zal veel overtuigingskracht vergen om dit breed in de sector ingang te doen vinden", zegt Tom Verboven. "Men mag ook niet blind worden voor de complexiteit van hoe mensen samenwerken", zegt Kirsten Florentie. **I**



ADVOCATEN-KANTOOR DGDM stap af van het model met declarabele uren.

DE GROOTE - DE MAN

FINALIST KMO'S: TAKE AIR

Gezonde lucht voor iedereen

Onze omgevingslucht heeft behoefte aan bepaalde micro-organismen om gezond te zijn. Het probleem is dat de lucht in kantoorgebouwen door alle ventilatie- en reinigingssystemen te proper en steriel is.

Take Air komt daaraan tegemoet met systemen die gezonde en goedaardige micro-organismen verspreiden in een binnenklimaat. Het doel is de mensen in die omgeving zich beter te laten voelen en hun gezondheid te versterken, waardoor ze ook productiever kunnen zijn. Take Air is vorig jaar gestart met enkele proefprojecten in kantoren in Vlaanderen en Nederland. De komende periode zal het daarvan de impact en de resultaten verzamelen. De resultaten ogen tot hiertoe veelbelovend.

"Het is een project met een

heel aparte insteek. Als blijkt dat het echt de gezondheid van de werknemers bevordert, dan heb je goud in handen", zegt jurylid Tom Verboven van PwC. "Gezonde lucht is een basisrecht voor iedereen en een belangrijk maatschappelijk thema. Dit project biedt werkgevers de kans daarin te investeren, ten bate van hun werknemers. Dat is knap", zegt jurylid Kirsten Florentie van Telenet.

De uitdaging voor Take Air zit in de vertaling van de wetenschap naar een lekenpubliek. "Omdat het zo technisch is, vergt dat een extra inspanning", zegt Kirsten Florentie. "Goed uitgewerkte casestudies, waarin met eenduidige data de effecten op welzijn en productiviteit worden aangetoond, zijn zeker niet overbodig bij zulke projecten", voegt Tom Verboven van PwC toe.

IJ.P.



KANTOOR Take Air produceert systemen die gezonde en goedaardige micro-organismen verspreiden in een binnenklimaat.



FRANK FOL We're Smart World reist de hele wereld rond op zoek naar de beste plekken om fruit en groenten te eten.

WIM DEMESSEMAEKERS

FINALIST KMO'S: WE'RE SMART WORLD

Voorrang aan plantaardig

De chef-kok Frank Fol, die vroeger aan het hoofd stond van het met een Michelinster bekroonde restaurant Sire Pynnock in Leuven, is al lang een fervente voorstander van het eten van fruit en groenten, die goed zijn voor onze gezondheid en goed voor de planeet. Zijn filosofie is: "Denk fruit, denk groenten!" Dat adagium verspreidt hij op vele manieren: hij is de auteur van gespecialiseerde boeken en een consultant over gezonde voeding voor instellingen en bedrijven over de hele wereld. Maar bovenal is hij de oprichter van We're Smart World, waarvan de reputatie zich tot ver buiten onze grenzen heeft verspreid. De organisatie reist de hele wereld rond op zoek naar de beste plekken om fruit en groenten te eten, die ze vervolgens bundelt in een Green Guide. Die groene gids, zowel voor

professionals als het grote publiek, bevat beoordelingen van bijna duizend restaurants in 45 landen over de hele wereld – niet allemaal vegetarisch of veganistisch – gerangschikt van één tot vijf radsjes volgens de hoeveelheid groenten die in de gerechten worden gebruikt, de inspanningen die worden geleverd voor gezondheid, ecologie en duurzaamheid, en de manier waarop het restaurant daarover communiceert. We're Smart World maakt ook mensen en bedrijven bewust van plantaardige consumptie. Onder andere met webinars en workshops, verzorgd door de We're Smart Academy, die plantaardig koken, ecologie en duurzaamheid in de keuken promoten. We're Smart World is meer dan de groene gids, het is een beweging met meer dan 200.000 leden.

ISD