



Una scelta di valore

«Creare un piano di welfare aziendale è più una questione di vision e di strategia che di budget» - spiega Anna Zattoni, co-fondatrice di Jointly - «Il valore percepito dei servizi è mediamente tre volte superiore rispetto all'investimento».

WELFARE & ASSICURAZIONI

I benefit legati ai premi di produzione

Il welfare oltre i buoni pasto

Non solo voucher: nei contratti i lavoratori vorrebbero dai libri scolastici alle polizze sanitarie estese ai familiari

di Francesco Prisco

Fino a qualche anno fa era un'innovazione, una strada per modernizzare il secondo livello di contrattazione, magari a qualcuno poteva addirittura sembrare un esperimento. Oggi è sempre di più una realtà: il welfare aziendale prende piede nelle imprese, spinto dalle politiche di detassazione e in particolare dalla Legge di stabilità 2017. Lo dimostrano, tanto per cominciare, i dati del ministero del Lavoro aggiornati alla metà di ottobre: le intese attive, aziendali o territoriali, che prevedono misure dall'assistenza alla previdenza complementare, dal tempo libero all'istruzione dei figli, hanno raggiunto quota 4.333, il 7,6% in più rispetto alla precedente rilevazione, risalente a metà settembre. Dall'avvio della procedura per il deposito telematico dei contratti aziendali e territoriali (fondamentale per beneficiare della detassazione al 10% o della completa esenzione fiscale in caso di conversione delle somme incentivanti in misure di welfare) si sono contate 26.377 dichiarazioni di conformità. Le dichiarazioni che si riferiscono a contratti tuttora attivi sono arrivate a 13.687, con un valore medio del premio di poco superiore ai 5 mila euro.

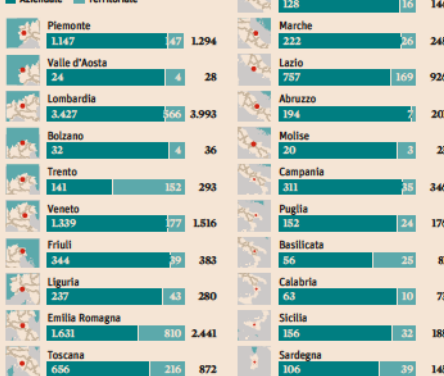
Il fenomeno cresce e con esso la sua dimensione economica: secondo l'Osservatorio Ecomunicare (coordinato da Marco Ferrarini), la previdenza integrativa vale 19,3 miliardi e conta 7,7 milioni di iscritti; la previdenza privata vale 37 miliardi e per il 90% è diretta e per un altro 10% intermediata; il mercato dei servizi giovanili è in forte espansione. Il fenomeno è "esplosivo" e ne conseguono una strutturazione sempre più articolata dell'offerta (le società che forniscono servizi di welfare aziendale) e una consapevolezza sempre maggiore da parte della domanda (le aziende che li acquistano).

Per monitorare queste dinamiche Asso-lombarda ad aprile scorso ha istituito, insieme con i maggiori player di mercato, un Osservatorio sul welfare. Dalle prime rilevazioni

Premi di produttività: i contratti attivi nel 2017 depositati al 16/10/17

La distribuzione territoriale dei contratti attivi

Aziendale Territoriale



Fonte: Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

risulta che oggi il 52% delle aziende ha già un piano attivo, mentre sette anni fa il dato era fermo al 35 per cento. Un altro 4% di aziende sta pensando di attivare servizi di questo tipo. Se si considerano gli accordi di secondo livello stipulati tra il 2016 e il 2017, in Lombardia c'è un tasso di presenza di elementi di welfare aziendale pari al 57% contro il 32% del dato italiano. Chi sceglie il welfare aziendale, prima "studia". Secondo Od&m Consulting, società di Gf Group, sempre più

analisi di fattibilità precedono la progettazione di piani di welfare (avviene in sei imprese su dieci) e quasi il 43% delle imprese utilizza il premio di risultato, oltre a investimenti ad hoc, per finanziarli. Cambia, di conseguenza, la percezione dei dipendenti e «si viene a creare così», commenta l'ad di Od&m Consulting Simonetta Cavasin - «un circolo virtuoso che, se ben gestito, avvalorerà ulteriormente l'approccio integrato che l'azienda dovrebbe adottare nell'utilizzare tutte le

leve che ha a disposizione per gestire al meglio il proprio organico». Il giudizio dei lavoratori tende a essere più che positivo. Secondo un'analisi commissionata a Doxa da Edénred, il 60% dei dipendenti si esprime favorevolmente a proposito dell'implementazione di programmi di welfare nella propria azienda. Tra i servizi ritenuti più interessanti dai dipendenti risultano le agevolazioni commerciali e i buoni spesa (90%), la flessibilità dell'orario e dell'organizzazione del lavoro (88%) e il welfare contrattuale (84%), con una prevalenza, in quest'ultima macrocategoria della copertura sanitaria estesa anche ai familiari con il 55 per cento. Seguono i servizi ai figli dei dipendenti (85%) e i servizi alla persona e ai familiari con il 76 per cento. Da sottolineare come i maggiori trend positivi riguardino alcune prestazioni che stanno crescendo in modo esponenziale nel tempo: quali i servizi per i figli dei dipendenti, oggi al 49% (erano tra il 3 e il 5% nel 2013) e che prevedono l'acquisto dei libri scolastici, il pagamento delle rette scolastiche e i servizi di orientamento al lavoro, per esempio.

Ottimo anche il sentiment delle Pmi che, sempre secondo lo stesso studio, nel 78% dei casi considera il welfare un'opportunità. «I due elementi critici per la diffusione nella piccola e media impresa - spiega l'ad di Edénred Italia, Andrea Keller - «erano la complessità fiscale e la carenza informativa. Le Pmi non erano al corrente delle possibilità offerte dal welfare aziendale, mentre oggi sono di più. Il quadro normativo, tuttavia, può migliorare ancora». Tra i prodotti più "gettonati" dalle aziende che percorrono la strada del welfare aziendale ci sono in ultimo i buoni pasto. Una ricerca di Sodexo, realizzata sempre in collaborazione con Doxa, mostra un aumento del 77% negli ultimi sette anni delle Pmi e delle grandi aziende che somministrano buoni pasto: le imprese che elargiscono questo genere di benefit sono passate dalle 45.566 del 2010 alle 75.450 del 2017.

di Francesco Prisco
© G. G. G. G. G.

Una startup sociale al servizio delle imprese

Jointly è l'unica neoazienda innovativa fra le decine di società di consulenza e gestione welfare ora attive

di Claudia La Via

Non solo bonus, ma soluzioni al servizio di lavoratori e imprese. Passa da questo snodo il futuro del welfare. I benefici fiscali contenuti nelle leggi di Stabilità 2016 e 2017 hanno contribuito ad ampliare il comparto del welfare integrativo e far nascere realtà che offrono alle aziende consulenze e soluzioni per la creazione e la gestione di pacchetti welfare, nonché (spesso) la selezione dei fornitori. Queste società sono sempre più rilevanti, secondo il Terzo rapporto del Laboratorio Perconsi di secondo welfare si va da Easy Welfare (che organizza anche i Welfare awards) a Edénred, da Welfare company a Eudalmon, da WellWork a DoubleYou (acquisita da Zucchetti che ha sviluppato il "welfare"), da Happy Welfare a The Care Hub (sono le società provenienti da altri ambiti, come il brokeraggio assicurativo (in primis Aon Hewitt, Willis Towers Watson e Marsh), le risorse umane (come Mercer e F&A), la ristorazione (come Cif Food, Day e Sodexo che ha svolto verso i servizi per la qualità della vita), la mobilità (come BePooler), i servizi domiciliari (come One Family e Family Partner). Le più grandi hanno fondato l'Associazione italiana welfare aziendale (Aiwa), presieduta da Emanuele Massaghi, a capo di Adapt e docente di Pedagogia del lavoro di welfare della persona all'Università di Bergamo.

Fra le decine di operatori, si distingue la startup innovativa a carattere sociale Jointly, fondata nel 2014 (prima dei benefit di legge sul welfare). La società ha una visione olistica dei benefit: servono a creare un sistema economico e sociale più inclusivo e più vicino alla vita delle persone. Aiutarle a conciliare la vita personale con i tempi lavorativi, gestire familiari anziani o disabili, sostenere i figli nel delicato percorso di scelta formativa e lavorativa. Un investimento che non pesa necessariamente sui bilanci. «È più una questione di vision e di strategia che di budget» - spiega Anna Zattoni cofondatrice di Jointly assieme a Francesca Rizzi

- «Il valore percepito dei servizi su misura è mediamente tre volte superiore rispetto all'investimento economico fatto dall'azienda». Oggi Jointly collabora con più di 40 aziende in Italia, piccole e grandi, coinvolge circa 350 mila dipendenti e, con oltre 500 partner, offre ai clienti più di 100 servizi di welfare aziendale. Zattoni, con alle spalle una forte esperienza professionale nella guida operativa di Valore D - l'associazione di imprese create in Italia per sostenere la leadership femminile in azienda - non ha dubbi: occorre fare rete per ottenere servizi migliori, sia aziende diversificate che filiali di una stessa azienda collocate, magari, in aree dove alcuni servizi mancano. «Prima il welfare era un lusso, oggi invece la normativa ha permesso di allargare la platea anche alle realtà meno strutturate», dice Zattoni spiegando che questo ha portato in molti casi ad esternalizzare il servizio, rivolgendosi a realtà competenti.

«A volte è necessario costruire offerte ad hoc perché le piccole realtà non hanno il tempo né le risorse per organizzare soluzioni complesse», aggiunge Francesca Rizzi che ha portato in Jointly le competenze maturate nel settore assicurativo, a partire dalla capacità di proteggere la persona da un evento negativo. Fra i servizi di punta offerti da Jointly c'è infatti il progetto Fragilità, la prima rete nazionale di servizi di assistenza pensata per sostenere e orientare i dipendenti che si trovano a dover gestire un familiare non autosufficiente.

© ASSOCIATION G. G. G.

WELFARE & ASSICURAZIONI

RAPPORTI 24 / IMPRESA

a cura di Laura La Posta (caporedattore)
Marco Mancini (caposervizio)



Il welfare sulla mobilità della tua azienda inizia dal tragitto casa-lavoro

Con il carpooling per i tuoi dipendenti porti a casa **welfare aziendale**, **mobilità sostenibile**, **responsabilità sociale**

Scopri come fare innovazione su **bepooler.com**, chiama lo **02 36553644** o invia una email a **info@bepooler.it**

BePooler
car together