

## focus lavoro

## Welfare 2.0, insieme alla busta paga c'è il biglietto per volare in vacanza

NON SOLTANTO PREVIDENZA E SPESE MEDICHE. IL SALARIO ACCESSORIO SI RIEMPIE DI BENEFIT PER LA FAMIGLIA, DI CONCILIAZIONE DEI TEMPI VITA-LAVORO E DI SERVIZI PER MOMENTI RICREATIVI E DI SVAGO. IL 2017 ANNO DELLA SVOLTA. IL TREND È PERSONALIZZARE L'OFFERTA  
**Christian Benna**

**Milano**

Edesso l'azienda riempie la busta paga di biglietti del cinema, ingressi alle terme e soggiorni estivi per tutta la famiglia. Ecco il salario accessorio del lavoratore 2.0 ai tempi dei "flexible benefits", dove i premi di produttività e di risultato si convertono in un ampio ventaglio di servizi che vanno ben oltre la conciliazione vita — lavoro comprendendo contributi anche per i momenti di svago.

Fino a qualche anno fa il Welfare aziendale era una "gentile concessione" dell'azienda, una scelta spesso unilaterale, dai tratti quasi paternalistici sul modello olivettiano o di mamma Fiat degli anni cinquanta, e che riguardava soprattutto la previdenza e le spese mediche o quei benefit complementari alla vita lavorativa, dall'auto aziendale ai buoni pasto. Oggi lo scenario è completamente cambiato. E il welfare aziendale è diventato uno strumento di competitività, un elemento distintivo di *brand reputation* e decisivo per attrarre e trattenere i migliori talenti. E quindi il carrello della spesa dei servizi a disposizione del lavoratore si riempie di soluzioni creative e tagliate su misura del lavoratore.

Tant'è che il 2017, concordano gli esperti, sarà l'anno di svolta per il settore, che entrerà a pieno titolo nelle dinamiche di mercato. Il perché appare chiaro leggendo i dispositivi di legge inseriti nella finanziaria 2017, in cui il welfare aziendale amplia la sua platea di beneficiari (a tutti i dipendenti fino a 80 mila euro di stipendio annuale), aumenta il tetto di sgravi (fino a 4.000 mila euro), ed estende il numero di servizi detassabili. In sostanza l'azienda si trova in mano un tesoretto da poter

inserire nella contrattazione di secondo livello, sotto forma di premi produttività, senza incidere sul costo del lavoro.

Fin qui tutto bene. Il problema scaturisce nella scelta dei servizi da offrire ai dipendenti, a seconda delle loro esigenze. Secondo le stime dell'Adp, l'Associazione italiana per la direzione del personale, la maggior parte delle aziende, circa l'81%, preferisce ancora oggi gestire in proprio l'offerta di servizi, mentre solo il 18% si affida a provider di servizi. La gestione *in house* non sempre si rivela vincente. Lo dimostra il caso dei dipendenti dell'Electrolux di Susegana che non hanno accettato il welfare aziendale sotto forma di buoni pasto e piccoli doni in elettrodomestici come sostitutivo della liquidità.

Insomma se gestito in modo approssimativo il welfare aziendale rischia di diventare un boomerang che scontenta tutti. L'allargamento della base detassabile dovrebbe però convincere molte imprese a farsi aiutare da professionisti del settore.

Un'indagine di Rwa consulting — realizzata su un campione di 128 aziende che hanno attivo un piano welfare nel 2016 — ha messo in luce la tendenza alla personalizzazione di questi servizi. E infatti uno degli elementi chiave dell'analisi è che stanno crescendo a doppia cifra le richieste di benefit nell'area ricreativa e nella conciliazione vita-lavoro. Certo, il 70% dei benefit erogati riguarda ancora sanità, istruzione e previdenza, tutte quelle aree in cui lo stato sociale fatica a mantenere servizi adeguati. Ma il quadro è molto dinamico e cambia a seconda della componente anagrafica della popolazione aziendale. Nella fascia di età compresa tra 18 e 25, parte ricreativa e fringe benefits valgono il 79% del totale dei servizi erogati, in quella 26 e 30 anni il 64%. Godono di successo anche i servizi dedicati alla famiglia soprattutto ai figli.

Secondo un'inchiesta realizzata da Doxa-Endered, tra i servizi più interessanti per i lavoratori ci sono le agevolazioni commerciali (90%), la flessibilità dell'orario

(84%), servizi per i figli dei dipendenti (81%). In particolare viaggiano a ritmi sostenuti l'acquisto dei libri scolastici e il rimborso delle spese universitarie

Al di là degli elementi di tendenza generazionale o legati alla congiuntura economica, emerge in modo netto l'esigenza per i lavoratori di godere di un'ampia tipologia di benefit, per poi selezionarli a seconda dei vari momenti della vita. Il welfare aziendale, grazie ai suoi sgravi, sta prendendo piede soprattutto nei settori che hanno bisogno di aumentare la produttività ma dispongono di poca liquidità come contropartita nella negoziazione salariale.

Nell'ambito delle classi di impresa è la manifattura che fa il maggiore utilizzo (il 30%) di flexible benefits, davanti ai servizi finanziari (16%), media e telco (13%), consulenza (10%), commercio (6%). La diffusione del welfare aziendale in Italia è tuttavia trasversale e riguarda tre aziende su quattro. Lo stima l'indagine "Il futuro del welfare aziendale dopo la legge di stabilità 2016", promossa da QUI! Group e realizzata in collaborazione l'Associazione Italiana per la direzione del personale. Il report rivela che il 71,4% delle aziende del campione analizzato presenta al proprio interno uno o più servizi di welfare. Le imprese del Nord Ovest risultano quelle più dinamiche nell'abbracciare piani di welfare aziendale.

Le categorie che beneficiano maggiormente di questi servizi sono quadri e impiegati (oltre il 65% dei casi), mentre gli operai sono all'ultimo posto (46,7%). Se si escludono le mense e buoni pasto e gli orari flessibili, le categorie di benefit più diffuse sono: l'assistenza sanitaria (42,5%), le convenzioni e agevolazioni al consumo (35,2%), i



permessi di paternità (25%), i benefit per lo studio dei figli (23,2%) e lo Smart working (22,9%).

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Viaggi e vacanze per tutta la famiglia. I piani di **flexible benefit** si riempiono di offerte per migliorare la qualità del tempo libero

Istruzione e cultura, offerte per conciliare i tempi di lavoro con quelli del tempo libero, **il welfare** non è più solo assistenza medica integrativa e poco altro. Per gli esperti "maggiore è l'offerta, maggiore il successo dei piani"