

Il 15 l'incontro al Corriere Aziende a caccia di welfare Il benefit fa bene al clima (e agli affari)

Il welfare prosegue il suo trend di sviluppo nelle imprese grazie alle nuove normative fiscali e a una sempre maggiore comprensione dello strumento e dei vantaggi che porta con sé. Secondo la ricerca «Il welfare aziendale in Italia», appena commissionata da Welfare Company e sviluppata dall'università Cattolica che ha intervistato 326 specialisti delle risorse umane i due terzi delle imprese ha erogato ai propri dipendenti uno o più benefit. «Tra queste una su cinque ha introdotto il welfare solo negli ultimi dodici mesi, segno evidente degli incentivi dati dalla nuova legge di Stabilità, anche se solo alcune aziende sostengono di averlo fatto prioritariamente per goderne i benefici fiscali», spiega Luca Pesenti, il docente che ha coordinato la ricerca. I risultati saranno presentati giovedì 15 giugno nell'incontro «Welfare che fare» (ore 18 nella Sala Buzzati del Corriere della Sera).

Le preferenze

I benefit più diffusi restano, come nelle precedenti indagini, i buoni pasto e le mense al primo posto (60%), seguiti dagli interventi sulla flessibilità degli orari (46%), dalle polizze sanitarie (41,4%), dalle convenzioni per il consumo (38,2%), dall'assistenza sanitaria (36,8%) fino ai vantaggi per lo studio dei figli (30%).

Conferme anche sul fronte delle motivazioni. Le aziende continuano a sviluppare le politiche di welfare principalmente per migliorare il clima di lavoro e ridurre la conflittualità anche se viene considerata con interesse la possibilità di ridurre il cuneo fiscale sul costo del lavoro così come si colgono con chiarezza i benefici collegati a una migliore immagine aziendale che si traducono in una maggiore attrattività rispetto ai nuovi talenti.

Dati confermati da Isabella Covili Faggioli presidente nazionale di Aidp, l'Associazione italiana direttori del personale «Il welfare aziendale, che presta attenzione alla persona e ne incrementa il potere di acquisto, è un grande strumento di motivazione e di ingaggio dei dipendenti. Questo conta molto di più di una semplice riduzione dei costi».

Miglioramenti

A proposito della normativa Covilli Faggioli ha però alcuni suggerimenti, perché «Si può fare ancora molto di più. Iniziando dalla misura che secondo noi darebbe un impulso determinate: che la deducibilità dei pacchetti welfare, comunque concessi, sia sempre al 100%. Auspicherebbero inoltre che venga aumentato il valore del premio di produttività che può essere trattato come welfare; si alzi la fascia reddituale di chi ne beneficia; si consideri welfare la retribuzione data in regine di smart working estendendo a questa i benefici fiscali così come succede nel caso per esempio dei costi per gli asili nido; siano comprese infine tutte le spese di educazione per i figli».

Luisa Adani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Le principali motivazioni per fare welfare



Fonte: "Welfare aziendale in Italia. Edizione 2017" Università Cattolica di Milano

centimetri



● L'evento

«Welfare che fare. Che cosa è cambiato per le aziende e per i dipendenti. Le potenzialità di un nuovo mercato» è il titolo del convegno, organizzato da Welfare Company, in collaborazione con «L'Economia» che si svolgerà giovedì 15 giugno a Milano alle ore 18 nella Sala Buzzati del Corriere (via Eugenio Balzan 3). All'incontro parteciperanno Tiziano Treu, presidente Cnel, e i responsabili del personale di grandi gruppi (Fca, Generali Italia, Pirelli, Coca Cola). Per partecipare: welfarechefare@corriere.it

