

Non si tratta di filantropia, ma di un investimento che incide sui risultati aziendali:**oltre un terzo delle Pmi ha ottenuto incrementi produttivi**

IL WELFARE FA BENE ALLE PERSONE (E AL BUSINESS)

di **Luisa Adani**

Il welfare piace e convince sempre di più anche le pmi inizialmente scettiche o diffidenti. Aumenta il numero delle piccole e medie imprese che investe in benessere: il 32,5% delle realtà che ha contratti integrativi, aziendali e territoriali, ha siglato accordi in tal senso. Cresce anche la propensione futura: il 52,7% prevede un incremento delle misure di welfare nei prossimi 2-3 anni mentre solo il 5,8% considera l'ipotesi di una contrazione. Accanto a ciò è interessante segnalare l'accresciuta consapevolezza di quanto investire sul benessere si rifletta sulla produttività dei dipendenti. Una percentuale di aziende che fra va fra il 35% e il 63,5% (rispetto al numero di misure proposte) ritiene di aver ottenuto un incremento produttivo.

Panoramica

Lo fotografano i dati dalla ricerca Welfare Index Pmi che in tre anni ha considerato circa 10 mila aziende di tutti i settori produttivi, da quelle con 10 addette fino a quelle con mille. «Si tratta di evidenze significative — commenta Marco Sesana, country manager e amministratore delegato di Generali Italia, società che ha promosso la ricerca, in partecipazione con Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni. I numeri dimostrano come il welfare si allontani sempre più dal concetto di filantropia diventando un investimento che impatta direttamente sui risultati aziendali. È la prova della “rotondità” della misura di cui beneficiano i lavoratori con una busta paga di fatto più pesante, l'azienda con il miglioramento della sua efficienza e lo Stato che indirettamente propone servizi e beni sempre più richiesti in momenti di contrazione della spesa pubblica». Il rapporto Welfare Index Pmi sottolinea quanto grazie all'offerta di servizi e beni di welfare le pmi abbiano saputo intercettare e soddisfare alcuni bisogni sociali emergenti. Tanto che le aree di intervento che sono cresciute di più

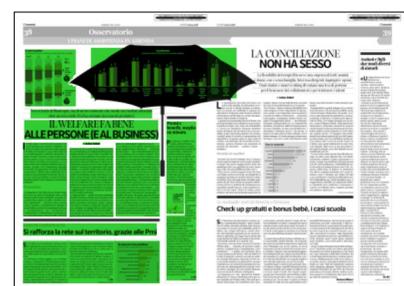
sono la conciliazione vita e lavoro, il sostegno ai genitori, la sicurezza e la prevenzione così come la formazione, la previdenza integrativa, il sostegno a soggetti deboli, i servizi di assistenza e gli interventi di welfare territoriale.

Le imprese attive — quelle che hanno sviluppato iniziative in almeno quattro aree fra quelle considerate (assicurazioni, sicurezza e prevenzione, sostegno ai genitori, formazione, sanità, sostegno economico, previdenza, welfare di comunità, misure a sostegno di soggetti deboli, servizi di assistenza, cultura e tempo libero, istruzione figli) — sono passate dal 25,5% nel 2016 al 41,2% del 2018; quelle molto attive (interventive su almeno in sei aree) sono raddoppiate e oggi sono il 14,3%.

«Le priorità su cui le aziende concentrano a ragione maggiormente l'attenzione — commenta ancora Sesana — sono sostanzialmente tre: la salute e l'assistenza che ne restano i pilastri. Poi la conciliazione vita e lavoro dove il numero di imprese attive è comunque già raddoppiato in un anno grazie a interventi in smart working e in servizi. Infine i giovani, la formazione e il sostegno alla mobilità sociale estendendo i benefici anche al territorio con interventi di welfare comunitario».

Quando ci si riferisce alla formazione dei dipendenti è interessante sottolineare che si tratta di una formazione slegata dalla posizione ricoperta o alle prospettive future. «Un elemento positivo e, nel caso l'azienda proponga corsi e non solo ne rimborsi i costi, potrebbe anche avere la funzione di calmierare un mercato a volte scadente — commenta Marco Vergeat, presidente Asfor (Associazione italiana per la Formazione manageriale) —. Sarebbe però bene che questa opportunità fosse valorizzata offrendo ai dipendenti la possibilità, non solo di partecipare a corsi che interessano loro, ma individuare grazie a un bilancio di competenze o a un colloquio di orientamento, quelli che potrebbero accrescere le loro capacità in una chiave di una maggiore impiegabilità in vista di opportunità interne all'azienda oppure all'esterno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



I dati di Confindustria

Si rafforza la rete sul territorio, grazie alle Pmi

Se il welfare sta funzionando così bene, tanto che oggi riguarda quasi un'azienda su due, lo si deve anche alla contrattazione territoriale e all'accordo quadro sottoscritto da Confindustria e sindacati a luglio 2016 a cui si può riferire il 17% dei contratti.

Ad affermarlo è Chiara Fogliani, ceo di Welfare Company e presidente di WelfareImpresa (l'associazione di Confindustria Federvarie che riunisce le imprese che operano nel settore del welfare). «Grazie a questo accordo anche le pmi sprovviste di accordi sindacali specifici hanno potuto usufruire delle agevolazioni fiscali sui premi adottando uno schema-tipo di negoziato tra le organizzazioni sindacali e imprenditoriali territoriali. Si è trattato di un primo passo importante di collaborazione e di

dialogo su questi temi fra Confindustria e sindacato a cui ne sono seguiti altri, come è il caso per ultimo del Patto della Fabbrica in cui si è messa nero su bianco la volontà di collaborare».

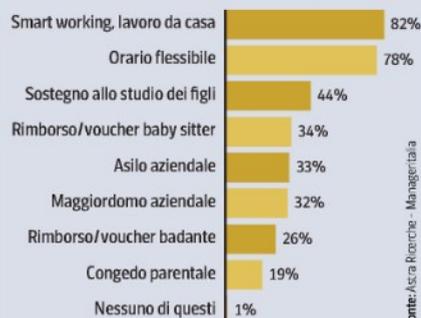
Secondo i dati del ministero del Lavoro e delle Politiche sociali ed elaborati da Welfare Company, il numero di contratti territoriali va pari passo con il numero di aziende presenti sul territorio. In testa: Lombardia (308), Veneto (296), Toscana (211), Emilia-Romagna (185). Ultime la Valle d'Aosta (un contratto solamente) e Molise e Abruzzo (2). Le regioni che hanno siglato più intese e in cui il welfare è più diffuso, sono anche quelle in cui si trova la concentrazione più elevata di piccole e medie imprese.

L. Ad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Un aiuto per la vita quotidiana

I servizi di welfare e di flexible benefit ritenuti più utili



Premi e benefit, meglio su misura

Per qualcuno il welfare è una iattura. Alberto Perfumo, fondatore di Eudaimon, società per la consulenza alle aziende sui temi del welfare, sentendo un candidato esprimere questo parere ne ha colto lo spunto e ha scritto un libro il cui titolo cita l'affermazione. Nell'introduzione scrive «Ammetto di non essere fan della *new wave* del welfare aziendale, la moda fatta di premi convertiti in welfare, ovvero di welfare fatto con i soldi dei lavoratori, e di benefit generici. Secondo me, questa non può che essere una parte e neppure la più

importante del welfare aziendale che invece sarà decisivo per aumentare la

produttività delle imprese e garantire ai lavoratori

una seria protezione sociale». Nel libro sono riportati i dati del primo rapporto Censis-Eudaimon. Fra le evidenze più significative il fatto che l'apprezzamento dei piani è sopra la media tra i dirigenti, i laureati e gli occupati con redditi elevati, mentre cala tra gli operai e lavoratori con stipendi bassi. Qualcosa quindi non torna. Per sviluppare un piano di welfare che piaccia davvero, precisa Perfumo, bisogna proporre servizi e beni coerenti con le esigenze delle persone. Non si tratta quindi di sviluppare un progetto a tavolino ma di raccogliere e monitorare nel tempo le esigenze dei collaboratori sviluppando dei pacchetti personalizzabili rispetto ai bisogni individuali.

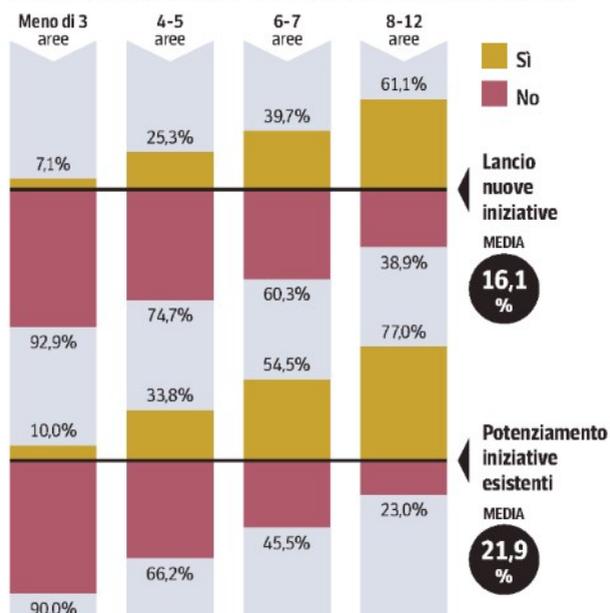
L. Ad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il trend è positivo

Percentuale di imprese con variazioni per ampiezza del welfare aziendale



Le preferenze

Variazione del tasso di iniziativa per aree del welfare aziendale

