

Sodexo: con l'Humanification le aziende possono rimettere le persone al centro del progetto

# IL WELFARE È UN DRIVER DI SVILUPPO

## Gli strumenti per creare valore e migliorare l'engagement

DI ANDREA COLOMBO

In un contesto dove la sanità pubblica appare sempre più in difficoltà nel gestire l'invecchiamento della popolazione, la via d'uscita per lo Stato è collaborare con il settore privato per arrestare il rapido innalzamento della spesa sanitaria. Il via al processo di detassazione dei servizi per i privati ha così portato al boom del welfare aziendale in Italia. Secondo una recente ricerca condotta da A.T. Kearney per Sodexo Benefit&Rewards Services infatti, sette imprese italiane su 10 (più precisamente il 69%) hanno manifestato l'intenzione di investire in piani welfare per i propri dipendenti. E se un terzo ha riferito di essere già all'opera per implementare i propri piani, il 36% ha annunciato la decisione di mettere in campo nuovi investimenti in questo campo.

Un trend necessario: basti pensare che nel 2030 gli over 65 in Italia saranno ben il 26% della popolazione totale, circa 16,5 milioni di persone. Uno scenario in cui si rende indispensabile per lo Stato trovare alternative per abbattere la spesa sanitaria. L'Italia è infatti tra gli stati in cui la spesa sociale incide maggiormente sul Pil (30,2%), con una crescita dell'1,5% negli ultimi cinque anni. In questo contesto si inseriscono le nuove normative a favore del welfare del settore privato, che sta conoscendo il forte sviluppo prontamente rilevato dagli esperti del settore e dalle testate internazionali.

«Oggi trend e bisogni in ambito HR sono sempre più in evoluzione – afferma **Sergio Satriano**, Ceo di Sodexo Benefit&Rewards Services. Secondo noi, il tema della humanification è la chiave per guidare le aziende nel trovare le risposte più adatte alle necessità dei propri dipendenti, facendo tornare le persone al centro del progetto. Migliorare

la qualità della vita non è per noi solo uno slogan, ma una concreta ambizione».

Secondo l'indagine, svolta intervistando oltre 50 aziende tra grandi imprese e Pmi con sede in Italia, il 76% degli imprenditori si affida ai piani di welfare innanzitutto perché l'offerta di benefit sempre più soddisfacenti aumenta la fidelizzazione dei clienti e dei lavoratori stessi. In secondo luogo, gli intervistati hanno invece riconosciuto quanto l'implementazione dei piani welfare sia importante per attrarre talenti (71%), mentre al terzo posto collocano l'engagement (54%), grazie al quale l'azienda punta a creare legami forti con i propri collaboratori.

«La ricerca segnala come il tema del welfare sia diventato una delle strategie di creazione di valore nel rapporto con le persone più interessanti per le imprese italiane», spiega **Luca Solari**, docente dell'Università degli studi di Milano, «da un ruolo residuale rispetto alla variabile salariale, lo sforzo economico in forme diverse di investimento nelle persone diviene oggi centrale. La rigidità delle tradizionali leve salariali e i limiti derivanti dagli anni di crisi hanno richiesto una capacità d'innovare per garantire maggiore valore. Conta ovviamente molto la leva fiscale e contributiva eccessiva che si scarica sulle retribuzioni e che rende scarsamente competitiva questa forma di ricompensa rispetto a quelle erogabili col welfare».

Tra le necessità più urgenti degli impiegati, segnalate dalle aziende stesse, si collocano al primo posto le misure per l'assistenza familiare, come i servizi scolastici e il baby-sitting, seguite dalle prestazioni assicurative e dai servizi legati al benessere personale. A seguire, stanno conoscendo un rapido sviluppo le gift card, i buoni pasto e il rimborso per le spese legate ai trasporti, apprezzate dai pendolari.

