

in collaborazione con Eudaimon

Il nuovo welfare aziendale passa attraverso l'engagement

Far sentire "parte attiva" i propri collaboratori non soltanto incrementa il benessere in azienda, ma aumenta la produttività. E porta un beneficio ulteriore in termini di vantaggi fiscali. Ecco il nuovo modello di Eudaimon

di Giancarlo Salemi



ALBERTO PROFUMO, A.D. DI EUDAIMON

Dalla ricerca del vantaggio fiscale a quella di aumentare il coinvolgimento del lavoratore in azienda. Prima di tutto ascoltandolo e poi "ingaggiandolo" per farlo sentire parte attiva di un percorso comune che punti sia ad incrementare la produttività, ma anche al benessere sociale e della collettività. È questo il welfare aziendale 2.0 immaginato da Eudaimon, società pioniera - è operativa dal 2002 - nell'offrire servizi di welfare alle imprese, con un fatturato nel 2018 di 5,5 milioni di euro e 50 dipendenti tra la sede principale di Vercelli e quelle di Milano e Roma. «Siamo stati i primi a scommetterci - spiega l'amministratore delegato Alberto Profumo, ingegnere e uno dei massimi esperti del settore - quando abbiamo iniziato eravamo da soli, ora l'Università Cattolica di Milano in un suo studio ha raccontato che ci sono circa 80 aziende che offrono questo servizio. Ma è arrivato il momento di andare oltre, di ripensare proprio il modello del welfare aziendale, che non può essere legato solo alla "scontistica". Vanno riviste le aree d'intervento per puntare su norme che definiscano i servizi che coprono i bisogni sociali. Al centro di que-

**SECONDO L'A.D. ALBERTO PROFUMO
«VANNI RIVISTE LE AREE DI INTERVENTO
PUNTANDO SU NORME CHE DEFINISCANO
I SERVIZI CHE COPRONO I BISOGNI SOCIALI.»**

sto percorso ci devono essere il lavoratore e l'azienda».

Insomma un nuovo paradigma, un passaggio dai servizi pensati per soddisfare in modo superficiale i lavoratori, come il buono carburante o quello per la spesa, a soluzioni che creino *engagement*, con l'obiettivo, quindi, di coinvolgere attivamente i propri collaboratori nel processo produttivo aziendale, facendoli sentire parte integrante di una missione. «Il welfare aziendale non è un mercato di commodity in cui viaggiano dei benefit qualun-

que - spiega ancora Profumo - spesso veicolati in maniera superficiale tra l'azienda e il dipenden-

te. È sbagliato pensarlo in questi termini: il lavoratore risparmia il 10% di tasse e l'azienda il 30% dei contributi. Il welfare aziendale è vincente se parte dall'ascolto e dal soddisfacimento dei lavoratori che devono sempre più essere coinvolti. Ma non basta: ogni azienda ha la sua storia e quindi bisogna riuscire a declinare un modello di welfare a seconda di ogni storia d'impresa».

Eudaimon fino ad oggi ci è riuscita, 600 imprese l'hanno scelta come provider. Basta guardare il portafoglio clienti, che spazia dalle grandi big come Edison, Eni, Snam,

Credem ma anche a realtà medio piccole che hanno deciso di "sviluppare una società libera e giusta dove le persone vivono e lavorano bene insieme". In tutto oltre 600mila lavoratori, comprese le associazioni datoriali e i sindacati, utilizzano i servizi del welfare promossi dalla società di Vercelli. Per questo, ad esempio, Eudaimon in partnership con il Censis si occupa di fare uno screening di tutto ciò che riguarda il welfare aziendale per comprendere le sue potenzialità e le evoluzioni, progettando poi le migliori soluzioni in diversi campi dall'educazione all'assistenza socio-assistenziale, fino a piani di *flexible benefits*. Servizi che seguono a 360° le esigenze delle aziende.

Nel ventaglio di proposte l'azienda vercellese offre strategie di Welfare Consulting and Advisory, Welfare Marketing, Community Welfare e Flexible Welfare.

Tutto questo perché, ribadisce l'amministratore delegato Alberto Profumo, «i piani di welfare aziendale incrementano del 47% l'atteggiamento positivo delle persone nei confronti dell'azienda. È stato calcolato che il vantaggio totale di avere persone che stanno bene e che sono motivate a far bene vale 67.765 euro per ogni milione di costo del lavoro. In pratica in un'azienda di 100 persone significa un vantaggio di 440mila euro».