

**Lo scenario**

# Il welfare aziendale si espande e conquista le Pmi tricolori

**MARCO FROJO, MILANO**

L'Index 2019 realizzato da Generali Italia certifica un nuovo trend: i tassi di crescita delle iniziative per il benessere dei dipendenti sono decisamente più alti tra le società di dimensioni minori. Ecco una rassegna di casi di successo

**I**l welfare aziendale si sta rapidamente diffondendo anche in Italia ma la notizia ancora più incoraggiante è che sta finalmente facendo breccia fra le piccole e medie imprese che sono la colonna portante dell'economia tricolore. È questo il quadro che emerge dal rapporto Welfare Index Pmi 2019 promosso da Generali Italia con la partecipazione delle maggiori confederazioni italiane (Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni).

Giunto alla sua quarta edizione, lo studio rileva che, sebbene siano ancora le imprese medio-grandi (251-1000 addetti) a dominare la scena, i tassi di crescita delle iniziative di welfare aziendale sono decisamente più alti fra quelle di dimensioni minori. Nell'universo delle microimprese (meno di 10 addetti) la percentuale di quelle molto attive nei programmi a sostegno dei dipendenti sono passate dal 6,8% del 2017 al 12,2% del 2018. Fra le piccole, ovvero quelle che hanno un numero di addetti compreso fra le 10 e le 50 unità, il balzo è stato dall'11% del 2016 (per le microimprese il dato relativo al 2016 non era disponibile) al 24,8% dell'anno scorso. Fra le medie imprese (51-250 addetti), infine, la

percentuale è salita dal 20,8% (2016) al 45,3% (2018), con un aumento particolarmente sostenuto negli ultimi dodici mesi.

«Il welfare aziendale è vincente se è un progetto d'impresa che par-

te dall'ascolto delle esigenze dei dipendenti; gli imprenditori che attivano una strategia coerente e prolungata nel tempo, per il benessere e la soddisfazione dei lavoratori e delle loro famiglie, dichiarano di avere un impatto positivo sulla produttività e anche sulla comunità; tra le aziende aumenta la consapevolezza che benessere sociale e risultati di business crescono di pari passo» spiega Marco Sesana, Country Manager e Ceo Generali Italia e Global Business Lines.

Nell'indagine condotta dalla compagnia assicurativa sono riportati anche diverse storie di successo che, non a caso, riguardano società che brillano anche sul fronte delle vendite.

**ESEMPI POSITIVI**

Una di queste è Selle Royal che dal 1956 produce sellini per biciclette e negli anni si è aggiudicata numerosi premi per il design dei suoi prodotti. Insomma il più classico esempio del Made in Italy apprezzato anche sui mercati esteri. La scelta vincente dell'azienda di Pozzoleone in provincia di Vicenza è stata quella di integrare i suoi progetti di welfare nella sua strategia complessiva di promozione dell'attività sportiva e di uno stile di vita sano. Quello di Selle Royal, che oggi è guidata dalla seconda generazione, è un welfare territoriale, costruito su una serie di convenzioni basate sulle esigenze dei dipendenti che vengono rilevate attraverso un'indagine.

Ogni anno, per esempio, ai dipendenti vengono offerti un check-up medico, un controllo

oculistico e le analisi del sangue, una polizza sanitaria aziendale che copre tutte le altre necessità; ogni 15 giorni, poi, una dottoressa è a disposizione presso l'ambulatorio aziendale. Viene inoltre data grande attenzione al pranzo che viene preparato nella cucina privata dell'azienda da un cuoco con materie prime bio e a km zero. Sul fronte più strettamente sportivo, infine, in pausa pranzo i dipendenti possono partecipare a lezioni di

yoga e di esercizi posturali.

Un altro esempio di welfare aziendale di successo è quello di Mazzucchelli, uno dei leader mondiali nella produzione dell'acetato di cellulosa, un materiale plastico di origine vegetale utilizzato per le montature degli occhiali. Il fiore all'occhiello della sua politica di welfare è il poliambulatorio con servizio infermieristico e specialistico nato già trent'anni fa allo scopo di migliorare la qualità della vita non solo dei dipendenti ma anche delle loro famiglie e dei pensionati ex lavoratori dell'azienda. La struttura è andata via via consolidandosi e offre oggi numerosi servizi gratuiti: sono presenti i reparti di cardiologia, ginecologia, medicina generale odontoiatria e oculistica. «In quattro anni con Welfare Index Pmi abbiamo ascoltato gli imprenditori del nostro Paese e abbiamo visto una crescente consapevolezza dell'importanza del welfare – conclude Sesana – Il rapporto 2019 ci restituisce una fotografia unica: il welfare ha successo se è un progetto d'impresa coerente e strategico che parte dall'ascolto dei dipendenti. In Generali il welfare, da sempre parte integrante del nostro business di assicuratori, è una priorità strategica».

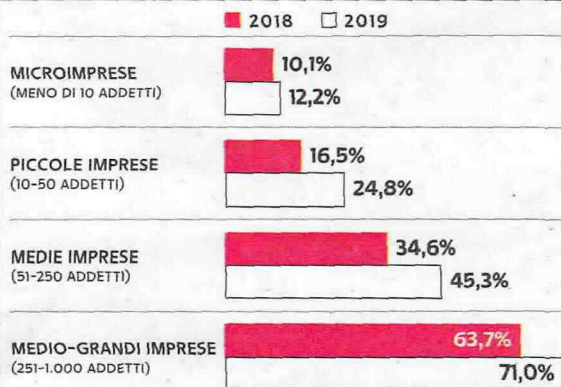
© RIPRODUZIONE RISERVATA





**I numeri**

**LA DIFFUSIONE DEL WELFARE NELLE PMI ITALIANE**



FONTE: RAPPORTO WELFARE INDEX PMI 2019

1 Asili e mense per i figli dei dipendenti sono una forma di welfare aziendale che sta prendendo piede nelle aziende più piccole

