

Welfare aziendale: vince chi punta sul benessere

Grazie ai bonus fiscali, i benefit conquistano anche le Pmi: il 62,5% li adotterà in due anni
Il successo cresce se i lavoratori sono parte attiva e si tiene conto dei loro bisogni personali

di **Luisa Adani**

Il benessere va ben al di là delle politiche di welfare. È opinione condivisa da un numero sempre maggiore di aziende. Se vuoi che i tuoi lavorino bene, parlino con soddisfazione del tuo brand, non ti lascino solo per una questione di stipendio e riescano ad affrontare periodi impegnativi sul fronte personale, devi concentrarti — e seriamente — sul loro star bene a 360 gradi: dalla salute, alla cura dei figli, dalle relazioni con i colleghi alla loro serenità. La questione richiede impegno e non si affronta copiando gli altri o usando algoritmi.

«Quello che stiamo osservando — commenta Miriam Quarti, senior consultant e responsabile dell'area Reward and Performance di OD&M Consulting (società di GI Group specializzata in HR Consulting) — è che se si riesce a ottenere un equilibrio fra le agevolazioni previste dalla normativa e il reale interesse al benessere complessivo dei dipendenti, dentro e fuori dall'azienda, il progetto sul welfare si rivela davvero win win. Un gioco con doppi vincitori, uno strumento per un interessante cambiamento culturale, una nuova leva di gestione e di remunerazione dei dipendenti».

Dati

Su questo presupposto è interessante considerare i dati appena rilasciati da OD&M Consulting nel suo quinto rapporto *Rapporto Welfare* (dati raccolti da 161 aziende). Cresce il numero delle realtà che sviluppano piani di welfare (oggi una su due) e nelle piccole realtà (inizialmen-

te ai margini del processo) aumenta la propensione a farlo. Il 62,5% di queste implementeranno piani ad hoc nel giro dei prossimi due anni. Mentre solo il 2,5% del campione dichiara che non intende sviluppare progetti. Ma come nascono le iniziative? Le politiche di welfare: sono considerate dalla contrattazione di secondo livello (50%), fanno parte di un accordo

unilaterale fra azienda e lavoratori (47,8%), sono inserite per obbligo contrattuale (31%). Il 55,5% delle aziende offre la possibilità di convertire il premio di risultato in welfare in toto il 29,6% (ed è soprattutto il caso delle realtà di maggiori dimensioni, che lo fanno nel 48,6%) o in parte, il 25,9%.

Le fonti di finanziamento sono generate principalmente dagli investimenti ad hoc dell'azienda (62,2%) e dai premi di risultato (47,8%). In fase di progettazione, i criteri (su risposta multipla) che hanno orientato la scelta dei servizi da proporre ai dipendenti sono state: una analisi socio-demografica o survey (70%), la possibilità di defiscalizzazione dei servizi (58,9%), una survey interna (48,9%), una analisi dei bisogni su base socio-demografica (36,7%), le richieste dei sindacati (12,2%). Coinvolgere i dipendenti nella scelta del paniere tesorizza però i risultati tanto che il livello

di soddisfazione sale dal 7,3 all'8.

Le preferenze

Fra quanto offerto al primo posto i servizi di ristorazione, assistenza sanitaria e previdenza, la scuola e l'istruzione, la mo-

bilità. Le donne apprezzano particolarmente lo smart working (che comunque piace sempre di più anche dagli uomini) e quanto riguarda il sostegno alla maternità, proposto solo da una azienda su cinque. La flessibilità interessa la metà delle realtà considerate: grossomodo in una azienda su cinque riguarda esclusivamente alcuni gruppi omogenei mentre nella maggioranza dei casi (il 65,2%) tocca categorie/livelli di inserimento o aree funzionali (21,7%).

La ricerca ha indagato anche il punto di vista dei lavoratori chiedendo loro se l'azienda in cui lavorano è sensibile al loro benessere. Buoni i ritorni rispetto all'ambiente di lavoro (40%), al benessere relazionale (23,6%), alla prevenzione medica (23,6%). Mentre i dipendenti si lamentano invece per la poca attenzione ai temi della nutrizione e del movimento fisico.

Vademecum

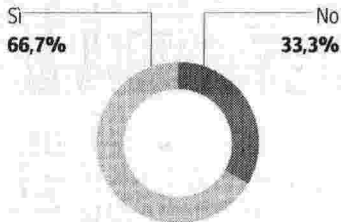
Infine ecco le chiavi di successo per sviluppare un buon programma di welfare e wellbeing dei collaboratori, secondo Miriam Quarti: «Coinvolgere i dipendenti nella definizione del paniere dei beni e dei servizi; monitorare l'offerta e modificarla se necessario; verificare che quanto proposto soddisfi davvero i bisogni evidenziati; offrire ampia flessibilità in modo che i dipendenti possano scegliere di volta in volta quanto preferiscono. Ultimo aspetto, ma non meno importante: comunicare in modo efficace ciò che si sta facendo e il significato di un progetto orientato al benessere di chi lavora in azienda».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

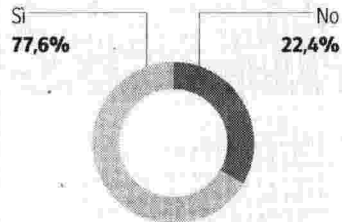
Il barometro

Il vostro interesse per la tematica del welfare è aumentato a seguito della nuova legge di Stabilità?

Piani già presenti



Piani in programma



Le risorse

Le fonti di finanziamento dei piani di welfare



Fonte: OD&M Consulting (Gi Group)

L'Ego



Analisi Miriam Quarti (OD&M Consulting): incrociare le agevolazioni previste con il benessere complessivo dei dipendenti

