

**RAPPORTO
LAVORO**

La task force impartisce lezioni “Scegliere il welfare conviene”

TEAM DI CONSULENTI GIRANO PER LE IMPRESE E INCONTRANO I LAVORATORI PER SENSIBILIZZARLI, SPIEGARE I VANTAGGI FISCALI, INSEGNARE AD UTILIZZARE LE PIATTAFORME PER ACCEDERE AI SERVIZI VIAGGI E TRASPORTI I PIÙ GRADITI. GLI ESEMPI DI EASY WELFARE E QUI GROUP

Milano

I signori del welfare aziendale vogliono convincere impiegati e operai a convertire una parte (sempre maggiore) di premio di risultato, in buoni per comprare i libri ai figli, in biglietti per il cinema, piuttosto che in assicurazioni sanitarie. Per farlo hanno formato delle vere task force di consulenti pronti a dialogare con saldatori, carpentieri, tubisti e lavoratori vari e mostrare loro tutti i vantaggi di una simile scelta. «La prima cosa che diciamo è che convertendo il premio di risultato non si deve pagare nessuna imposta sul valore del servizio ricevuto», spiega Nelly Bonfiglio, direttore commerciale di Easy Welfare, società tra le più grandi del settore che fattura quasi 9 milioni di euro. Il premio aziendale invece è ancora tassato anche se del 10 per cento.

Oggi i lavoratori non sono tanto ben disposti a convertirlo. Preferiscono ricevere del denaro da usare a proprio piacimento. «La conversione media del premio di ri-

sultato, nelle aziende italiane che abbiamo monitorato, si aggirava tra il 7 e il 10 per cento nel 2016», ricorda Bonfiglio. Nel 2017 era salita al 15 per cento. «Adesso la nostra società punta a farla arrivare al 30% tra le aziende clienti». Easy Welfare ha “creato” la figura del “Welfare Trainer”, che non solo sensibilizza i lavoratori, ma va nelle loro aziende e si impegna a fare formazione e ad affiancare i dipendenti, insegnando loro ad utilizzare la piattaforma online a loro disposizione. Cioè quel sito internet dove un dipendente può entrare e scegliere i servizi che preferisce. «I dipendenti delle aziende in genere sperano di trovare — prosegue la manager — più i benefit legati ai viaggi, al trasporto (come i buoni benzina). Quando sono tanto giovani invece preferiscono acquistare, con la propria quota welfare, abbonamenti in palestra oppure i biglietti per il cinema. Quando superano i 40 anni e magari hanno famiglia invece iniziano a preferire i servizi legati alla sfera scolastica».

Grazie alla detassazione prevista dalle leggi di Stabilità del 2016 e del 2017, cresce anche il numero di aziende che chiede pacchetti welfare completi. «Secondo la nostra ricerca aumentano soprattutto le piccole e medie imprese e, in generale,

si spende più che in passato grazie alla modifica della normativa che dà la possibilità di detassare una parte superiore del premio di risultato». Per dare una dimensione del fenomeno basta osservare i fatturati delle aziende che operano in questo settore. «Quello di Easy Welfare è cresciuto del 74 per cento nel 2017, raggiungendo gli 8,8 milioni di euro. — racconta Bonfiglio — E per il 2018 prevediamo di superare addirittura i 10 milioni». E non si tratta di un caso. Una realtà importante del buono pasto come Qui Group, un fatturato consolidato di 560 milioni di euro, ha visto i suoi ricavi provenienti dal settore welfare aumentare del 20 per cento rispetto al 2016. Il portafoglio di ordini è così arrivato a valere 24 milioni di euro.

«Proprio questo segmento è quello su cui ci stiamo concentrando di più — spiega il presidente di Qui Group, Gregorio Fogliani — Puntiamo a sviluppare soluzioni sempre più a misura di Pmi, realtà con un elevato potenziale ancora inespresso per il mercato». Nel 2017 erano una quindicina i player maggiori del settore. Ma adesso ne stanno arrivando altri. Tanto è appetibile questo mercato, che in campo per approfittare delle nuove opportunità, sono scesi persino grandi gruppi bancari: la prima banca italiana, Intesa Sanpaolo, solo ad ottobre ha lanciato una propria piattaforma, la “Welfare Hub”. (st.a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La maggioranza delle imprese che ricorre al welfare dice di farlo per avere dipendenti più soddisfatti (50,7%) e il 16,6% per migliorare la produttività

