

Lavoro. Ricerca di Sodexo e A.T.Kearney: nel breve-medio termine 7 imprese su 10 prevedono investimenti

Con il welfare busta paga più flessibile

LE MOTIVAZIONI

Al primo posto c'è la customer retention, poi l'attrazione dei clienti e l'engagement. Nel 62% delle imprese migliora il clima

Cristina Casadei

■ Ricerca che parte, conferma che arriva. Il welfare è ormai stabilmente tra le priorità degli investimenti delle imprese, soprattutto medie e grandi. L'ultima conferma arriva da uno studio realizzato da A.T. Kearney per Sodexo Benefit&Rewards services e che si basa su 50 interviste tra medie e soprattutto grandi aziende (verrà presentato oggi al World business forum a Milano): sette su 10 hanno pianificato investimenti in welfare nel breve e medio termine. Un trend necessario in un contesto dove la sanità pubblica è sempre più in difficoltà nel gestire l'invecchiamento di una popolazione che necessita di crescenti cure: basti pensare che nel 2030 gli over 65 in Italia saranno ben il 26% della popolazione totale, circa 16,5 milioni di persone. È proprio nel quadro dipinto intorno a imprese e lavoratori che si possono comprendere le ragioni della scelta a investire in welfare: la popolazione è sempre più anziana, c'è la necessità di arrestare il rapido innalzamento della spesa pubblica per la sanità e, non ultimo, in Italia è in atto un processo di detassazione per i servizi di welfare per i privati.

Al di là del quadro del paese, per quali ragioni imprenditori e grandi aziende si affidano ai piani di welfare per lo sviluppo del proprio business? Al primo posto c'è il concetto di customer retention (76%), poi l'attrazione dei clienti (71%) con l'implementazione dei piani welfare e infine l'engagement (54%), grazie al quale l'azienda tenta di creare "legami" forti con i suoi collaboratori. A questo si aggiunge che per il 62% delle imprese l'implementazione di piani welfare completi permette di migliorare l'atmosfera sul luogo di lavoro,

con dirette conseguenze su produttività e reputation aziendale. Per oltre un imprenditore su due (52%) questa scelta permette di attrarre più facilmente i talenti sul mercato del lavoro, mentre la percentuale scende leggermente al (48%) per la diminuzione del turnover, il coinvolgimento delle risorse (47%), la diminuzione dell'assenteismo (39%) e l'aumento della capacità di spesa per il Paese (32%).

«Oggi trend e bisogni in ambito hr sono sempre più in evoluzione e il tema della humanification, tema portante del World Business Forum 2017, 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 - spiega Sergio Satriano, ceo di Sodexo Benefit&Rewards services -. Migliorare la qualità della vita non è per noi solo uno slogan, ma una concreta ambizione per tutti i nostri interlocutori interni ed esterni». Il welfare sta acquisendo una crescente importanza nelle politiche retributive delle imprese italiane che in questo modo vanno incontro alle necessità più urgenti dei lavoratori: con misure per l'assistenza familiare, come i servizi scolastici e il baby-sitting, prestazioni assicurative e 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, pensato per i pendolari. «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. Da un ruolo residuale rispetto alla variabile salariale, lo sforzo economico in forme diverse di investimento nelle persone è oggi centrale - dice Luca Solari, ordinario di Organizzazione Aziendale all'Università degli Studi di Milano -. La rigidità delle tradizionali leve salariali e i limiti derivanti dagli anni di crisi hanno richiesto una capacità d'innovare per garantire maggiore valore».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

