

**RAPPORTO LAVORO**

# Regalare benessere attrae i talenti l'industria lo sa, non ne approfitta

**LE IMPRESE SONO A VOLTE FRENATE DAI COSTI PER IMPLEMENTARE E REALIZZARE INIZIATIVE DI WELFARE E IN ALTRI CASI DALLA MANCATA PERCEZIONE DELLE MISURE CONCRETE CHE SONO RICHIESTE DAI DIPENDENTI IN UN'EPOCA CHE VEDE LA MANO PUBBLICA RITRARSÌ SEMPRE PIÙ. LO DICE UNO STUDIO**

**Sibilla Di Palma**

*Milano*

**L**e aziende sono consapevoli che i benefit possono risultare decisivi per attrarre e coinvolgere i dipendenti, ma in molti casi stentano ancora a passare all'azione. Frenate talvolta dai costi necessari per implementare e realizzare iniziative di welfare e in altri casi dalla mancata percezione delle misure concrete richieste dai dipendenti in un'epoca che vede la mano pubblica ritirarsi sempre più. È il quadro che emerge da "Benefits Trends Survey", studio condotto dalla società di consulenza Willis Towers Watson attraverso interviste a 1.274 aziende operanti nell'area Emea (Europa, Medio Oriente e Africa), di cui 131 in Italia.

Tra i datori cresce la consapevolezza che lo Stato non è più in grado di rispondere a molte delle esigenze dei cittadini-lavoratori, ma sono ancora poche quelle che mettono in campo soluzioni sostitutive. Eppure i benefici in termini di soddisfazione e di produttività sono evidenti. In particolare, il 58% delle aziende operanti nell'Europa occidentale non ha pianificato una strategia in tema di salute e benessere per i propri dipendenti. Inoltre, meno

della metà dei lavoratori (il 44%) nell'area ritiene che il pacchetto di benefit offerto dalla sua azienda corrisponda ai propri bisogni.

Uno scenario che merita una riflessione, nell'ottica di calibrare gli interventi sulle reali necessità di ciascun contesto e non solo basandosi su categorie e benchmark che hanno dimostrato di funzionare altrove. «Per molte aziende il tema del welfare è ancora una novità e tendono a volerlo implementare poiché fatto da altri», sottolinea Cesare Lai, responsabile welfare & benefits per l'Italia di Willis Towers Watson. «In alcuni casi manca un allineamento di tale strumento con le politiche aziendali e in particolare con il resto dell'impianto di compensation & benefit già presente in azienda».

Secondo l'indagine, i dipendenti desiderano in primo luogo piani che proteggano la loro salute e il loro benessere, anche finanziario, consapevoli evidentemente che la spesa sanitaria e quella pensionistica a carico dello Stato sarà sempre meno in grado di assicurare una risposta adeguata a tutte le esigenze.

Guardando in prospettiva, il 71% delle imprese prevede di personalizzare la propria offerta in questi ambiti entro i prossimi tre anni, mentre il 44% manifesta l'intenzione di attuare una chiara strategia di welfare.

Una dichiarazione di principio che rischia di restare fine a se stessa se non declinata in progetti concreti. Passando a chi invece ha già messo in campo iniziative di welfare aziendale, le strategie sono diversificate. Molte

aziende stanno adottando un mix di modelli innovativi e tradizionali. «Aumentano per esempio la possibilità di scelta tra i benefit a disposizione e il ricorso a programmi integrati», spiega Lai. Inoltre, circa due-terzi delle aziende si è attivata per creare un'offerta personalizzata per ciascun lavoratore. Nel giro di tre anni, il 59% del campione darà accesso a programmi di salute e di benessere direttamente nel luogo di lavoro e il 54% offrirà la possibilità di usufruire di un orario flessibile. Mentre il 60% chiederà feedback ai dipendenti per migliorare l'offerta.

Restano tuttavia alcuni ostacoli. In particolare, sottolinea la ricerca, il tema dei costi che viene visto come una sfida da quasi due-terzi del campione: insomma si torna al "vorrei ma non posso", dettato dalla ridotta comprensione da parte del top management dei benefici che da queste iniziative possono derivare in termini di risultati economici. Passando al nostro paese, la crescita nei costi dei benefit (64% dei datori di lavoro a fronte del 55% dell'area Europa e Medio Oriente) viene vista come una delle principali sfide per i prossimi anni, seguita dall'impatto dei cambiamenti normativi in atto sul tema (50% contro 35%) e da budget insufficienti per realizzare i cambiamenti necessari nei piani di benefit (44% a fronte del 40%). A questi si aggiungono la mancanza di una chiara strategia in tema di welfare, o'ché di comprensione e di coinvolgimento da parte dei dipendenti. Quanto basta per iniziare a programmare interventi condivisi dalle parti in causa nella singola organizzazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tra i datori cresce la consapevolezza che lo Stato non è più in grado di rispondere a molte delle esigenze dei cittadini-lavoratori e che serve l'impegno delle imprese

