

La ricerca L'anno d'oro del welfare aziendale

■ MILANO

CRESCERE il welfare aziendale, soprattutto negli ultimi mesi. Lo dice una ricerca condotta dall'Università Cattolica del Sacro Cuore commissionata dalla Welfare Company. I risultati di 326 interviste a direttori e manager delle risorse umane dicono infatti che il 67% delle imprese fa welfare, e il 18,4% del campione ha introdotto welfare negli ultimi dodici mesi. Merito anche delle nuove agevolazioni fiscali per il 37% degli intervistati, convinti che le nuove normative abbiano incentivato l'attivazione di piani di welfare aziendale, ma non in modo decisivo. Non c'è soltanto economia di scala dietro, ma anche il benessere e l'attrattiva del proprio luogo di lavoro: la maggior parte delle aziende, infatti, ammette di aver avviato piani di welfare non solo per ridurre il costo del lavoro (70,6%), ma per migliorare il clima aziendale (81%), attrarre talenti (62,7%) e incrementare la produttività (57,1%).

L'OFFERTA, quindi: i benefit più diffusi sono le mense aziendali e i buoni pasto (60%), la flessibilità degli orari (46%), le polizze sanitarie (41,4%), le convenzioni per il consumo (38,2%), l'assistenza sanitaria (36,8%) e i benefit per lo studio dei figli (30%). «Dalla ricerca – commenta Chiara Fogliani, ad di Welfare Company – emerge che in un'azienda su tre il tasso di conversione del premio di produttività in servizi di welfare risulta inferiore al 30%, ma un buon piano di comunicazione può aumentare la percentuale di conversione anche fino all'80%, con vantaggi per tutti». Luca Pesenti, docente che ha realizzato la ricerca, segnala «uno sviluppo culturale rilevante nelle relazioni industriali: le aziende che fanno welfare sono anche quelle che lavorano per trovare nuovi sbocchi di mercato, che innovano i processi, che investono su logistica, marketing e distribuzione». Il futuro del welfare? Per il 33,6% del campione il punto da sviluppare è lo smart working.



WELFARE CO L'ad Chiara Fogliani

