

## Focus IL CONVEGNO

# Se l'azienda è innovativa ama il welfare

I «piani» con le agevolazioni fiscali portano spesso buone relazioni sindacali. I conti in tasca a chi li ha già sperimentati

di **Luisa Adani**

**W**elfare e innovazione vanno a braccetto in azienda. Un'evidenza non scontata che emerge dall'indagine «Welfare aziendale in Italia, 2017» sviluppata dall'Università Cattolica di Milano su un campione di aderenti di Aidp e presentata nel corso del convegno «WelFare che fare», svolto settimana scorsa al *Corriere della Sera*. Se c'era un pregiudizio è da sfatare: esiste una correlazione stretta e significativa fra le aziende che sviluppano welfare e quelle che vivono una fase di innovazione di processo. Il dato si fa ancora più interessante se si considera che si tratta proprio di quelle realtà in cui vi è una più alta sindacalizzazione. «Siamo di fronte a un processo di rimodulazione delle relazioni sindacali in cui il welfare diventa un tassello per trasformare e sviluppare l'impresa — afferma Luca Pesenti, docente dell'università Cattolica ed estensore della ricerca —. Il fatto trova conferma nelle opinioni dei responsabili del personale intervistati: secondo il 64,2% di loro, infatti, il sindacato ha manifestato un chiaro interesse sul tema, dimostrando nel 23,2% un'adeguata preparazione». Si tratta di un'evidenza che smentisce quanto si era osservato negli anni passati — aggiunge Pesenti — ed è un segnale di propensione collaborativa delle organizzazioni sindacali, ritenute oppositive o disinteressate solo nel 18% dei casi.

## Altre ragioni

Il secondo aspetto dell'indagine da sottolineare riguarda la motivazione delle aziende nell'introdurre il welfare: il miglioramento del clima resta la ragione principale (81%), ma rispetto all'anno scorso aumenta il numero

delle realtà che lo fanno per ridurre il cuneo fiscale. Si conferma invece la rilevanza dell'aspetto legato all'attrazione di nuovi talenti (62,7%). Terza questione: la modalità di introduzione del piano di welfare. In questo caso il campione si spartisce quasi a metà: il 43% l'ha fatto con modalità unilaterali e il 49,7% ha siglato un contratto aziendale. La contrattazione territoriale è invece poco diffusa (2%). In sei casi su dieci dove c'è un contratto c'è anche un premio di risultato con possibilità di conversione in welfare. Se la conversione è libera in un terzo dei casi il tasso di partecipazione è inferiore però al 30%.

Le reti aziendali, che non sono ancora particolarmente attive, nel 2,7% sono informali e nel 7,7% si sono costituite grazie ad associazioni. «Ciò costituisce un punto di debolezza perché potrebbero invece rilevarsi strumenti utili soprattutto per le pmi, ma — chiarisce Pesenti — richiedono di mettere in campo un atteggiamento fiduciario che evidentemente ancora non c'è». Quarto elemento di riflessione: i servizi di welfare si concentrano sui classici buoni pasto, flessibilità degli orari, polizze sanitarie e convenzioni per il consumo mentre sono poco diffusi gli strumenti a sostegno della conciliazione lavoro vita privata e di quelli per la gestione delle non autosufficienze.

## Le criticità

Quinta evidenza: cresce la presenza di



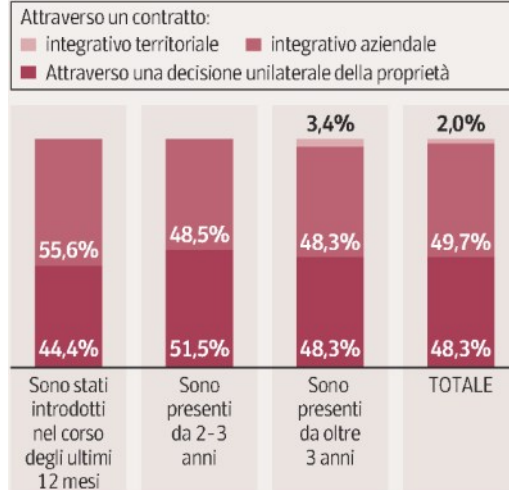
provider di servizi nella gestione dei piani: erano al 18% nel 2016, oggi sono presenti nel 25,5% delle aziende. «In quest'ultimo anno — commenta Chiara Fogliani, consigliera di amministrazione di Welfare Company, gestione dei servizi a supporto del welfare aziendale — si sono rivolte a noi molte realtà che avevano introdotto il piano autonomamente e non erano soddisfatte perché solo un terzo dei lavoratori avevano convertito la parte dello stipendio prevista in beni». Per impostare un piano che sia davvero fruttuoso non bisogna limitarsi ad inter-

venti sulla qualità e sui prezzi ma concentrarsi su altri aspetti: la garanzia di spendibilità, i servizi devono essere veicolati da una rete di affiliati distribuiti su tutto il territorio; la semplicità, gli strumenti — siano voucher o piattaforme — devono essere evoluti ma facili da utilizzare; l'informazione, il piano di welfare deve essere comunicato bene ai dipendenti e ai sindacati. Ultimo suggerimento bisogna ragionare secondo una logica di filiera che, considerando i vantaggi fronte aziendale e fronte lavoratore sviluppi migliori rapporti con il sindacato, permetta l'emersione del lavoro «in nero», che contemporaneamente porti benefici e ricchezza al tessuto produttivo e sociale del territorio» (per ricevere la ricerca integrale: [press@welfarecompany.it](mailto:press@welfarecompany.it))

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## La mappa

Quando sono stati avviati piani di welfare e con quali modalità



## IL RUOLO DEL SINDACATO

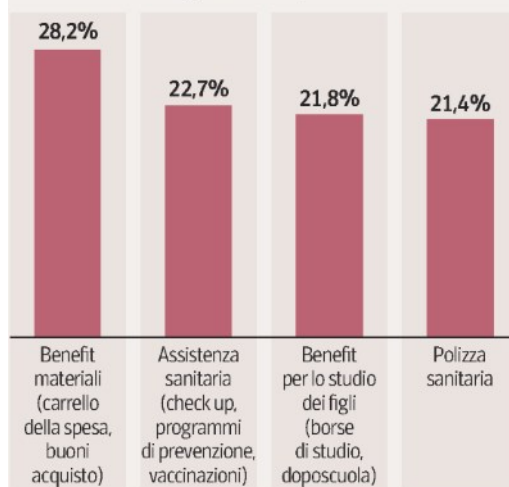
L'atteggiamento delle organizzazioni dei lavoratori



Fonte: Università Cattolica Welfare company

## UNO SGUARDO SUL FUTURO

Il 68,8% di aziende già al lavoro per...



**Dir. Resp.: Luciano Fontana**

Ma come sarebbe bello poter inserire...

Soluzioni di "smart working"	33,6
Assistenza sanitaria (check up, programmi di prevenzione,...)	29,1
Benefit per lo studio dei figli (borse di studio, rimborso spese,...)	28,6
Benefit materiali (carrello della spesa, buoni acquisto, ecc...)	27,3
Polizza sanitaria	25,9
Convenzioni dedicate e/o agevolazioni al consumo (con banche,...)	23,6
Orari flessibili, turni agevolati, ecc...	23,2
Convenzioni con asili nido / scuole	21,4

centimetr



**Eventi** Luca Pesenti (Università Cattolica) e in alto Chiara Fogliani, alla guida di Welfare Company