

Svolte Risultati positivi per il 70% delle imprese secondo la ricerca «Il futuro dopo la legge di Stabilità» che sarà presentata domani al Corriere

Welfare aziendale Cronaca di un successo annunciato

È applicato dalle grandi realtà (71,4%). Ma solo una su cinque fa un'analisi delle necessità dei dipendenti

DI LUISA ADANI

Banco di prova positivo sull'implementazione dei piani di welfare aziendali che si ritiene possano contribuire a migliorare il clima aziendale e a ridurre la conflittualità come pure ad aumentare l'attrattiva dell'azienda, a contenere il *turn over* dei dipendenti e a dare impulso alla produttività. Meno evidenti sembrano essere invece i benefici per le ricadute sul territorio per quanto riguarda lo sviluppo della domanda di beni e servizi come pure l'aumento della presenza femminile in azienda, anche se le donne sembrano le più convinte dell'efficacia di queste misure.

Questi sono solo alcuni dei dati emersi dalla ricerca «Il futuro del welfare aziendale dopo la legge di Stabilità 2016» (promossa da Welfare Company in collaborazione con Aidp e a cura di Luca Pesenti dell'Università Cattolica di Milano) e

che sarà illustrata nell'incontro organizzato da Corriere Economia in programma domani alle ore 18 (vedi box qui sotto). La ricerca è frutto di interviste a un campione rappresentativo di manager delle risorse umane, raccolte a giugno e luglio di quest'anno e quindi a ridosso dell'emanazione dei decreti attuativi e dei chiarimenti dell'Agenzia delle Entrate. In uno scenario complessivamente positivo il

70% delle aziende sottolinea però gli importanti costi economici e organizzativi da sostenere per l'implementazione e la gestione dei piani, fattori che nelle medie e piccole realtà ne rallentano o ostacolano l'attuazione. In poco più della metà dei casi invece il piano di welfare non viene attivato per volontà della proprietà aziendale.

La rete

Sono soprattutto (il 71,4%) le grandi aziende del Nord Ovest ad avere almeno un servizio di welfare. Questo dato spiega anche il fatto che la grande maggioranza di queste (81,1%) gestisce *in house* il piano accordandosi direttamente con i fornitori. Poche sono invece le realtà che si

avvalgono di un provider di servizi (18,1%) e una minoranza quelle che creano una rete con altre imprese (5,5%) o utilizzano i servizi proposti da una associazione di categoria (3%). Nella maggioranza dei casi i servizi si acquistano dai fornitori (56,1%) o tramite rimborso spese (42,1%).

La scelta

Il portale a menù, che offre la possibilità di articolare un paniere, è invece presente in quasi un'azienda su tre. In questo scenario, un punto di debolezza è che grosso modo quattro aziende su cinque presentano la gamma di beni e servizi senza aver svolto un'attenta analisi dei bisogni dei dipendenti. Che è un passaggio chiave per impostare un'offerta a misura dei loro desiderata, valorizzando i vantaggi della recente normativa che vuole rendere più «pesante» la remunerazione.

Secondo Pesenti la ragione per cui le Risorse umane tendono a saltare questo passaggio sta nell'esigenza di non aumentare i costi con questionari e nella sostanziale certezza di cono-

scere già quali sono i vantaggi più graditi. Inutile negare però che fra i fattori vi è anche il fatto che un'eventuale indagine potrebbe alzare le aspettative. Per quanto riguarda il dato secondo cui solo poche aziende coinvolgono il sindacato, secondo Pesenti, la responsabilità potrebbe non essere solo aziendale e le ragioni trovarsi anche nella cautela con cui il sindacato si affaccia al welfare aziendale, con il timore che eroda quote a quello pubblico.

Infine se osserviamo le risposte degli intervistati le prospettive sembrano buone, solo l'8,2% delle aziende non prevede interventi futuri mentre il 69% ci sta già lavorando o lo farà nei prossimi mesi e il 23% valuta se farlo ma ritiene che sarebbe opportuno.

Anche per la prossima tornata saranno ancora le grandi realtà a implementare i piani, infatti il 76% delle aziende over 250 addetti è già all'opera o la farà prossimamente.



Peso: 55%

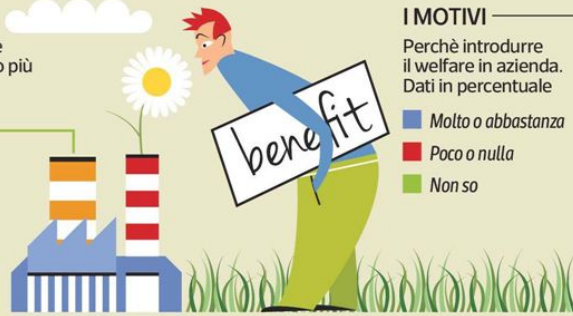
LA DIFFUSIONE

Percentuale di aziende del campione che presenta al proprio interno uno o più servizi/benefit di welfare



I CANALI PREFERITI

Le modalità con cui viene costruita l'offerta di welfare



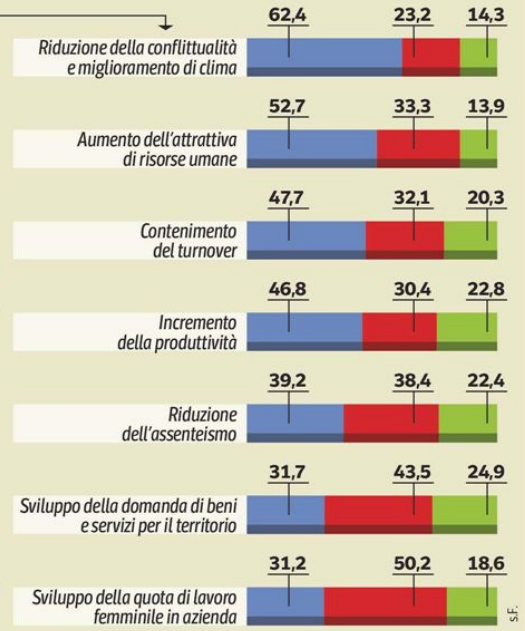
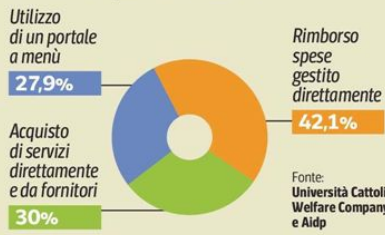
I MOTIVI

Perchè introdurre il welfare in azienda. Dati in percentuale

■ Molto o abbastanza
■ Poco o nulla
■ Non so

LA GESTIONE

Come viene organizzata la gestione del Piano di welfare da parte dell'azienda



Fonte: Università Cattolica, Welfare Company e Aidp



Peso: 55%