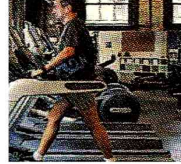


**dipendenti**

Il benessere  
che nasce  
dal dialogo

PAGINA 36



## Dipendenti

# Il benessere che nasce dal dialogo

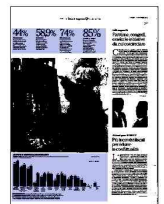
Capire le necessità e le preferenze dei lavoratori è indispensabile per progettare un buon piano di welfare aziendale. Chi l'ha già fatto ha ottenuto migliori relazioni interne e maggiori ritorni economici

**LUIGI DELL'OLIO**

**D**all'asilo nido aziendale alla polizza sanitaria, dal carrello della spesa alle visite gratuite dallo psicologo. Si moltiplicano lungo tutto lo Stivale le iniziative delle imprese per favorire il benessere dei dipendenti. Gli incentivi fiscali aiutano in tal senso, ma non spiegano tutto perché il processo di cambiamento coinvolge aspetti di carattere sociale che evidenziano cambia-

menti profondi nel modo di vivere il lavoro.

**Le iniziative** Tra le primissime a partire in Italia con questo tipo di interventi, Luxottica negli anni ha arricchito la sua offerta di welfare, affiancando al carrello della spesa (110 euro di valore, poi saliti a 125, tra olio, pasta e altri prodotti alimentari) iniziative come il campus estivo per i figli dei dipendenti e il micro-credito di solidarietà per i dipendenti che faticano ad accedere ai prestiti bancari.



Il gruppo della chimica Basf tra le altre cose finanzia l'acquisto di libri scolastici per i figli, con somme che crescono a mano a mano che si prosegue con gli studi, e Fincantieri ha da poco raggiunto un accordo con i sindacati che nel nuovo contratto integrativo introduce misure come i rimborsi per l'iscrizione a scuola dei figli dei dipendenti, detrazioni fiscali sui mutui e una serie di frange benefit come l'abbonamento al trasporto pubblico. Mentre Hera ha messo a punto un piano articolato con iniziative pensate per vari settori d'intervento: salute e assistenza sanitaria, assicurazione e previdenza, sostegno all'istruzione dei figli, servizi alla persona, benessere e sostegno al reddito.

**La spinta normativa** Secondo un recente studio di OD&M, il 44 per cento delle aziende censite (206 in tutto) ha già attuato un piano di welfare aziendale e un altro 41 per cento intende farlo entro due anni. A favorire l'interesse verso questo tipo di strumento di retribuzione dei lavoratori sono state principalmente le semplificazioni e gli incentivi previsti dalla Legge di Stabilità 2016, che prevede l'esenzione dall'Irpef per l'utilizzo di opere e servizi (concessi dal datore di lavoro per specifiche finalità) messi a disposizione dei dipendenti, anche se previsti da disposizione di contratto, accordo o regolamento aziendale. Quindi, se in passato l'esenzione era concessa solo alle misure introdotte unilateralmente dal datore di lavoro, ora vengono incentivati anche gli accordi tra impresa e rappresentanze aziendali dei lavoratori per favorire i "pagamenti in natura".

**Una nuova stagione nelle relazioni** Dalla ricerca di OD&M emerge che le esperienze di maggiore successo sono quelle progettate partendo da un'analisi dei bisogni reali delle persone. «Così la fase progettazione del piano assume un'importanza fondamentale, in quanto è proprio qui che l'azienda deve instaurare un dialogo coi dipendenti per capirne preferenze e necessità», spiega Simonetta Cavinin, ad della società.

I vantaggi fiscali sono importanti, ma non spiegano tutto, sottolinea Andrea Scaffidi, consultant di Willis Towers Watson. «Sono numerose le esperienze di welfare aziendale che rispondono a una logica etica e non opportunistica di arbitraggio fiscale e contributivo. Un approccio di questo tipo significa ripensare il modello delle relazioni industriali e questo non può che essere un aspetto positivo, per avviare una nuova stagione del rapporto tra azienda e lavoratori», aggiunge.

L'esperto insiste su un punto nella sua analisi: «Queste iniziative introducono una diversa modalità di relazione, il piano di welfare è sempre più un vestito sartoriale e non una soluzione a catalogo. Notiamo che le aziende che colgono questo nuovo paradigma hanno un successo maggiore anche in termini di ritorno economico inteso come adesione dei lavoratori al modello di business e ai valori aziendali».

Marco Visentin, che insegna al dipartimento di Scienze aziendali dell'Università di Bologna, segnala una progressiva presa di coscienza da parte del management degli "aspetti valoriali". «Al pari dei consumatori più giovani, anche tra i dirigenti più "verdi" c'è maggiore consapevolezza dell'importanza di coinvolgere le persone a 360 gradi nei programmi di crescita. Questa attenzione agli aspetti umani finisce con l'aver ricadute positive anche sul coinvolgimento in azienda e sullo spirito di collaborazione».

**Il ruolo dei valori** Un pensiero condiviso da Edoardo Venturini, group senior leader di Sodexo Italia, società specializzata nel settore. «La crescita di queste iniziative si spiega alla luce del peso crescente nelle aziende dei giovani, per le quali le scelte di vita devono essere etiche. Ad esempio preferiscono comprare prodotti che siano buoni per loro, ma anche buoni per la comunità e per il Pianeta». Lo stesso atteggiamento lo hanno nei confronti del datore: «Constatate che vi è una forte attenzione alla loro persona, in quanto individui, che viene offerto qualcosa per il loro benessere, è considerato molto positivo. Significa che l'azienda è attenta alle persone, quindi ha dei valori che possono essere facilmente condivisi», conclude.

## Business e valori

Come i consumatori più giovani, anche i dirigenti più "verdi" sono consapevoli della necessità di coinvolgere le persone a 360 gradi nei programmi di crescita

44%

### Situazione

Il numero di imprese italiane che hanno già avviato un piano di welfare aziendale. Il 41 per cento intende farlo entro due anni (fonte: ricerca OD&M)

58,9%

### Obiettivi

Tra le aziende che intendono attuare il welfare aziendale, il 58,9 per cento dichiara di volerlo fare per aumentare la produttività

74%

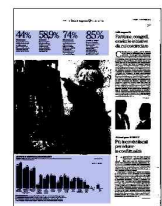
### Motivazioni

Il 74 per cento delle società che intendono attuare un piano nel breve periodo, dichiara un aumento di interesse nei confronti del welfare aziendale a seguito del varo della legge

85%

### Effetti positivi

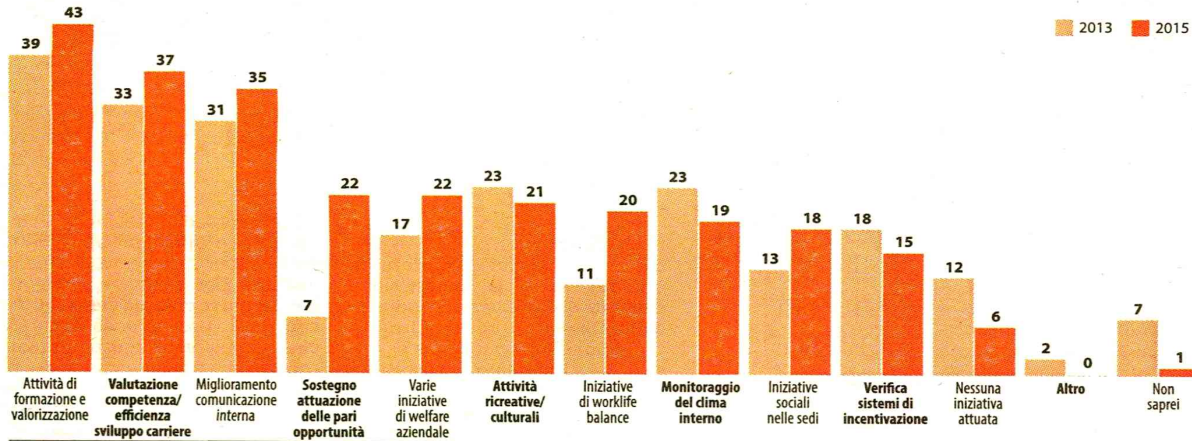
L'85 per cento delle aziende italiane ritiene che le iniziative di Csr abbiano avuto effetti positivi sulla motivazione e sulla produttività dei dipendenti (fonte: Osservatorio Socialis)



### ATTIVITÀ A BENEFICIO DEI DIPENDENTI

Durante lo scorso anno la sua azienda ha messo in atto azioni/iniziative di attenzione ai dipendenti? Quali?  
Valori in % (più risposte consentite)

Base: 400 imprese



**MAGGIORE ATTENZIONE** La percentuale di aziende non attive nel welfare aziendale si è dimezzata rispetto al 2013. Il settore che realizza più iniziative è quello chimico farmaceutico, seguito da quello elettronico, informatico, telecomunicazioni e dall'industria metallurgica (fonte: rapporto 2016 dell'Osservatorio Socialis)



**SERVIZI E BENEFICI**  
Nella foto grande, l'asilo della Deutsche Bank di Eschborn, vicino a Francoforte. A destra, uno dei centri fitness nella sede di Google in Canada. In basso, Simonetta Cavinin e Marco Visentin

