

Osservatorio

PREVIDENZA & ASSICURAZIONI

Il welfare piace solo se condiviso

Per avere successo servono accordi decisi con la partecipazione dei lavoratori. E informazioni sui bonus fiscali

Andrea Keller (Edenred): «In un solo anno gli accordi di secondo livello di questo tipo in Italia sono 1.300 in più»

di Luisa Adani

Chi fa welfare tramite piani di *flexible benefit* lo fa per una vasta platea: le misure riguardano oltre il 90% della popolazione aziendale nel 60/77% dei casi e la copertura media è dell'82%. Interessano una fascia più ampia le realtà con più di 200 e meno di 50 dipendenti, mentre quelle fra i 50 e i 200 sono più selettive.

Sono questi i dati dell'Osservatorio Rwa, che ha considerato i piani di welfare aziendale di 203 aziende gestiti da gennaio a giugno 2017 da Easy Welfare. Da questa analisi emerge che i settori più coinvolti sono l'industria e la manifattura (36%) che crescono di sei punti rispetto all'anno scorso, in larga misura per via dell'integrazione al Ccnl metalmeccanici industria. Accordo che, stanziando per il welfare 100 euro questo giugno per arrivare a 200 euro nel 2019, influisce anche sulla media degli importi in gioco quest'anno più bassa rispetto all'anno scorso. Oggi il valore medio è di 810 euro pro capite con un'ampia escursione: dai 100 ai 3 mila euro senza correlazione fra dimensioni di aziende e settori. Secondo i dati Rwa una quota rilevante dei consumi in *flexible benefits* riguarda istruzione e rette scolastiche e per gli asili (35%) e un altro 39% la sanità e la previdenza (39%), il restante va sostanzialmente in card, cofanetti e viaggi vacanza. Sul fronte della contrattazione «L'adozione di strumenti welfare nei contratti di secondo livello — spiega Andrea Keller, amministratore

delegato di Edenred Italia — ha registrato un forte incremento nel 2017: nel 2016 gli accordi di produttività che prevedevano tali misure erano 3.445, mentre quest'anno sono 1.300 in più. Un trend positivo che evidenzia l'interesse crescente verso un modello contrattato di sviluppo del welfare nelle aziende così come stimolato dal legislatore. Da sottolineare, inoltre — aggiunge Keller — la crescita dei contratti territoriali per la diffusione degli accordi di particolare utilità per piccole e medie imprese che sono il vero terreno di sfida per una diffusione sempre più ampia del welfare aziendale». La quarta rilevazione del Mol - Monitor sul Lavoro realizzato da Community Media Research per Federmeccanica cambia invece punto di vista e focalizza il percepito dei beneficiari degli interventi di welfare. Lo fa considerando un campione rappresentativo di tutti i dipendenti e dei diversi settori ad esclusione dell'agricoltura aggiungendo un focus sull'industria metalmeccanica. Ed ecco subito un dato che fa riflettere: i lavoratori sembrano ben informati su ciò che fa l'azienda in termini di *welfare*, ma sono poco convinti della sua significatività sebbene vi sia correlazione fra benessere e produttività. Se infatti si chiede loro se preferirebbero ricevere un eventuale aumento in busta paga o sotto forma di benefit hanno pochi dubbi: l'81% di loro (senza particolari differenze fra i settori) lo vorrebbe in stipendio e solo il 19% desidererebbe investirlo in servizi o prodotti.

Motivazioni

Due le ragioni. Meno della metà dei lavoratori è al corrente dei vantaggi fiscali e molti lamentano la standardizzazione dell'offerta. Il 75% preferirebbe soldi e non il corrispettivo, ancorché più tassato. Secondo i dati, le iniziative sono decise direttamente dall'azienda nel 57,7% (il 49% nel me-

talmecanico), con i lavoratori nel 17% dei casi (25,2% nel metalmeccanico) e con il sindacato in un quarto dei casi. «Bisogna intervenire sull'informazione e sulla formazione su questi temi altrimenti si rischia di depotenziare lo strumento del welfare — commenta Daniele Marini, docente dell'università di Padova e direttore scientifico di Community Media Research —. Non si tratta solo di farlo all'interno delle aziende ma di estendere la conoscenza dei benefici all'intero territorio, con l'obiettivo di sviluppare un sistema virtuoso in cui beneficiari siano i lavoratori, i datori e l'intero contesto economico di riferimento. Sarebbe limitato considerare il welfare solo come uno strumento di riduzione di costi mentre potrebbe essere un volano per l'economia ed è questa la sfida che aziende, associazioni territoriali e sindacati hanno di fronte».

Infine, Isabella Covili Faggioli, presidente Aidp (direttori del personale e professionisti Hr), sulla scelta tra aumenti di stipendio e welfare sottolinea: «Risulta ancora una qualche resistenza nel preferire beni e servizi. Occorre in ogni caso che le persone acquisiscano una maggiore familiarità con lo strumento. Il vantaggio che ne deriverebbe è evidente. Dal canto loro, le aziende devono però imparare a investire nell'ascolto dei dipendenti, monitorando i loro desideri in maniera tale da offrire un paniere di beni e servizi che sia davvero allineato ai loro interessi».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



