

WELFARE  IL WELFARE AZIENDALE
INDEX  FA CRESCERE L'IMPRESA
PMI  E FA BENE AL PAESE

Sintesi del Rapporto 2019



Sintesi del Rapporto 2019

IL WELFARE COME PROGETTO D'IMPRESA

Giunto alla sua quarta edizione, l'osservatorio Welfare Index PMI testimonia il livello di maturità raggiunto da un consistente numero di imprese nella consapevolezza del valore del welfare aziendale e nella capacità di gestire politiche di welfare efficaci sia per l'impatto sociale sia per i risultati di business. L'indagine annuale ha coinvolto un campione di 4.561 piccole e medie imprese italiane.

Il welfare aziendale ha acquisito un nuovo e più ampio significato: uno strumento per rafforzare la sostenibilità dell'impresa occupandosi del benessere e della sicurezza sociale dei lavoratori e delle loro famiglie.

L'impresa cresce in modo sostenibile e migliora le proprie performance anche grazie alla propria capacità di occuparsi delle esigenze dei lavoratori e di gestire le relazioni con l'ambiente in cui opera. Lo fa attraverso progetti aziendali di welfare con un carattere di coerenza e continuità e non limitandosi a iniziative episodiche finalizzate a utilizzare i benefici fiscali. **In questi casi il welfare aziendale diviene una strategia dell'impresa.**

Dal 2016 le imprese hanno incrementato tanto l'ampiezza quanto l'intensità delle iniziative di welfare adottate rispetto alle 12 aree identificate dalla ricerca. Le imprese che abbiamo definito attive, cioè con iniziative in almeno 4 aree, nel 2016 erano il 25,5%; in soli tre anni sono raddoppiate, raggiungendo il 45,9%. **Ancor più significativa è la crescita delle imprese molto attive, cioè con iniziative in almeno sei aree: sono quasi triplicate, passando dal 7,2% nel 2016 al 19,6% nel 2019.** Il vero salto è avvenuto nell'ultimo anno, con una crescita delle imprese molto attive dal 14,4% al 19,6% (+36%).

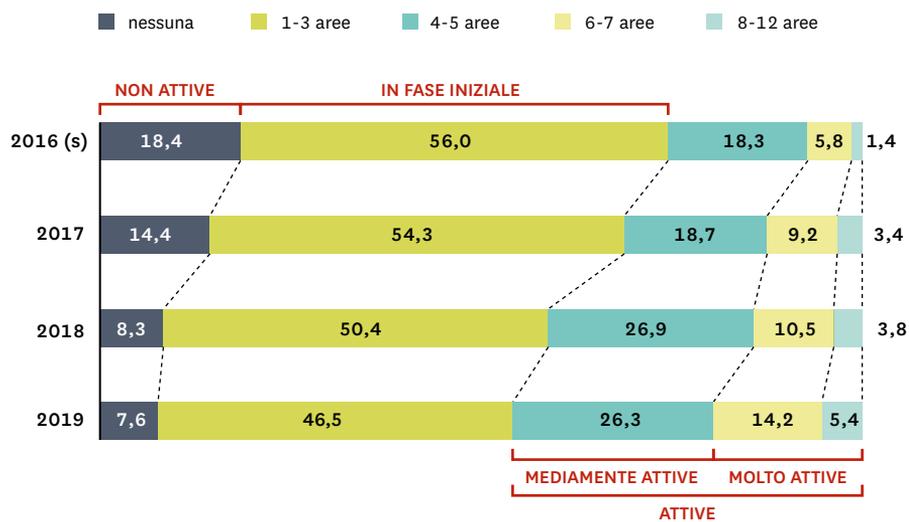
Le dodici aree del welfare aziendale

| | |
|----|--|
| 1 | Previdenza integrativa |
| 2 | Sanità integrativa |
| 3 | Servizi di assistenza |
| 4 | Polizze assicurative |
| 5 | Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori |
| 6 | Sostegno economico ai dipendenti |
| 7 | Formazione per i dipendenti |
| 8 | Sostegno all'istruzione di figli e familiari |
| 9 | Cultura e tempo libero |
| 10 | Sostegno ai soggetti deboli e integrazione sociale |
| 11 | Sicurezza e prevenzione degli incidenti |
| 12 | Welfare allargato alla comunità |

Il welfare aziendale in questi anni è riuscito a superare i suoi abituali confini, diffondendosi anche alle piccole imprese. Ovviamente le più grandi restano avvantaggiate, con una quota di imprese molto attive del 71%, ben superiore a tutti gli altri segmenti. Ma nelle imprese di piccola e media dimensione la crescita è stata particolarmente veloce, e in questi tre anni la quota delle molto attive è più che raddoppiata.

Ampiezza del welfare aziendale

PERCENTUALE DI IMPRESE PER NUMERO DI AREE COPERTE (CONSIDERATA ALMENO UNA INIZIATIVA PER AREA)



IL SUCCESSO DEI PROGETTI NASCE DALL'ASCOLTO DEI DIPENDENTI

Le imprese che hanno più successo sono quelle che sviluppano il welfare come un progetto strategico che parte dall'ascolto delle esigenze dei dipendenti per individuare i bisogni principali dei lavoratori e delle loro famiglie e concentrare le iniziative sugli obiettivi con il più alto impatto sociale. Per questo è importante il coinvolgimento, per definire le priorità e progettare iniziative aziendali il cui valore sia evidente.

Abbiamo già osservato che le imprese più attive sono quelle in cui è cresciuta maggiormente la consapevolezza dei propri obiettivi sociali.

Queste imprese si sono differenziate anche per il modo in cui hanno gestito le iniziative, curando maggiormente il coinvolgimento dei lavoratori: 71,2% contro una media del 51,6%. Ciò determina due conseguenze importanti: le stesse imprese riscuotono dai propri dipendenti un maggiore gradimento (55,4% contro una media del 33,4%), e ottengono risultati di business decisamente migliori. **Le aziende molto attive hanno infatti registrato effetti positivi del welfare aziendale sulla produttività del lavoro nel 63,9% dei casi**, contro una media del 36,3%, e sull'immagine e sulla reputazione aziendale nel 72,5% dei casi, contro una media del 42,4%.

L'imprenditore che attiva una strategia coerente e prolungata nel tempo per il benessere e la soddisfazione dei lavoratori e delle loro famiglie, dichiara dunque di avere un impatto positivo sulla produttività e anche sulla comunità in cui opera l'impresa.

Quando esaminiamo i migliori casi di welfare aziendale, comprendiamo che il valore generato da quelle imprese consiste nella relazione che esse costruiscono con i propri collaboratori, costruendo progetti che rispondono alle loro principali esigenze. **L'azienda che costruisce un progetto di welfare capace di rispondere ai bisogni dei lavoratori, delle loro famiglie e del territorio, genera un valore superiore a quello economico dell'iniziativa e le persone non faticano a riconoscerlo.**

Differenti attitudini delle imprese e impatto sui risultati

QUOTE %

| | | MEDIA GENERALE | AZIENDE IN FASE INIZIALE (FINO A 3 AREE) | AZIENDE MEDIAMENTE ATTIVE (4-5 AREE) | AZIENDE MOLTO ATTIVE (ALMENO 6 AREE) |
|---|---|-------------------|--|---|--|
| CONSISTENZA | % SUL TOTALE | | 54,1 | 26,3 | 19,5 |
| Consapevolezza degli obiettivi sociali dell'impresa da parte della proprietà / management | Molto / abbastanza aumentata negli ultimi 2-3 anni | 33,5 | 21,4 | 38,4 | 63,4 |
| Coinvolgimento dei lavoratori | Aziende che coinvolgono i lavoratori nelle decisioni di welfare | 51,6 | 42,0 | 54,5 | 71,2 |
| Riconoscimento del valore del welfare aziendale da parte dei lavoratori | Aziende secondo cui i lavoratori gradiscono molto / abbastanza i servizi di welfare | 33,4 | 21,8 | 37,0 | 55,4 |
| Impatto sui risultati di business | Effetti positivi sulla produttività del lavoro | 36,3 | 23,6 | 41,9 | 63,9 |
| | Effetti positivi su immagine e reputazione aziendale | 42,4 | 28,3 | 49,2 | 72,5 |

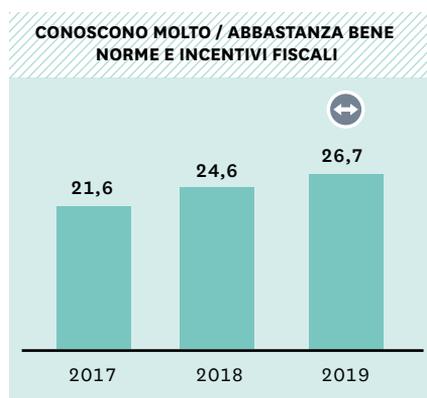
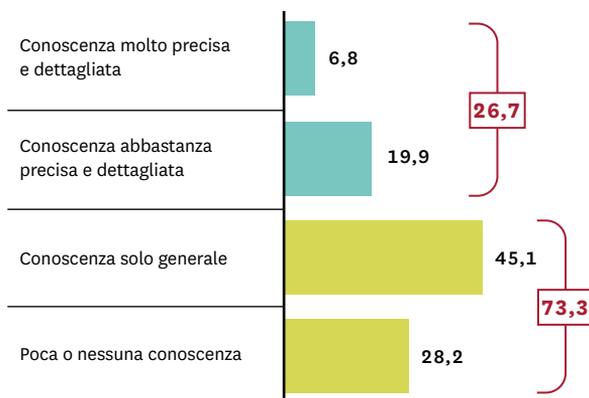
LA CONOSCENZA E LE ALLEANZE SONO GLI ALTRI DUE FATTORI DI SUCCESSO

La Conoscenza

Già nelle precedenti edizioni del rapporto abbiamo osservato **la stretta relazione esistente tra la conoscenza che le imprese hanno del welfare aziendale, a partire dalla sua normativa, e l'ampiezza delle iniziative attuate, e tra l'ampiezza delle iniziative e il gradimento dei lavoratori**. La conoscenza è dunque un fattore determinante. Per le imprese non si tratta solo di acquisire le necessarie informazioni normative e tecniche sul welfare aziendale, ma anche di possedere le competenze professionali necessarie alla gestione delle iniziative. E questo è particolarmente difficile per le imprese minori, normalmente prive di risorse dedicate.

Conoscenza di norme e incentivi fiscali

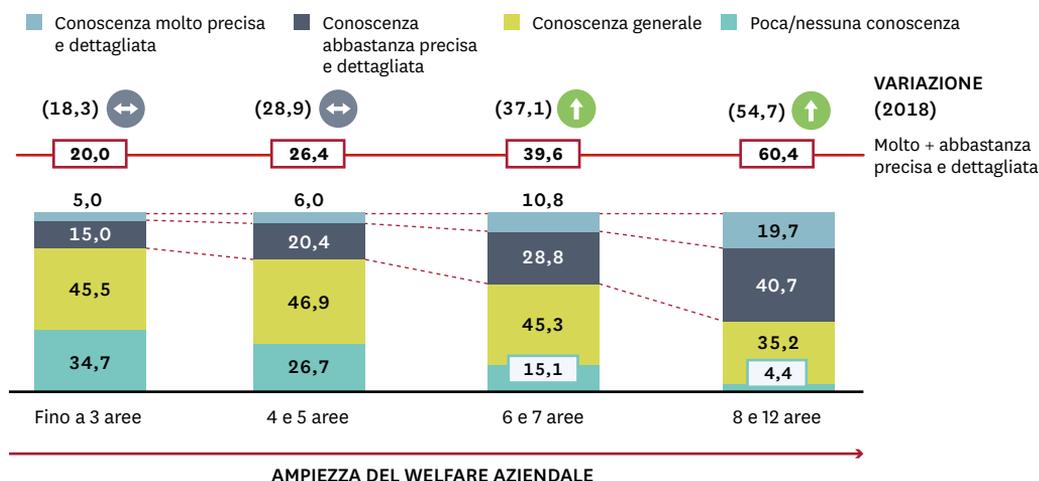
QUOTE %



La situazione resta molto critica. Nella figura ci riferiamo alle norme e agli incentivi fiscali: le imprese che si ritengono in possesso di una conoscenza sufficientemente precisa sono solamente il 26,7% del totale. La loro quota è aumentata negli ultimi anni (era del 21,6% nel 2017), ma in modo tuttora insufficiente. La grande maggioranza delle PMI, il 73,3%, restano prive delle conoscenze necessarie ad attuare un progetto di welfare aziendale.

Relazione tra conoscenza delle norme e ampiezza del welfare aziendale

QUOTE %



La correlazione tra la conoscenza e l'ampiezza delle iniziative di welfare aziendale è evidenziata dalla figura. Le imprese con una conoscenza precisa delle norme, che nel segmento delle imprese meno attive sono il 20%, raggiungono una quota doppia (39,6%) tra le imprese attive in sei o sette aree del welfare, e tripla (60,4%) nelle imprese attive in almeno otto aree. In questi due segmenti, inoltre, la conoscenza è aumentata più che nella media.

Le alleanze

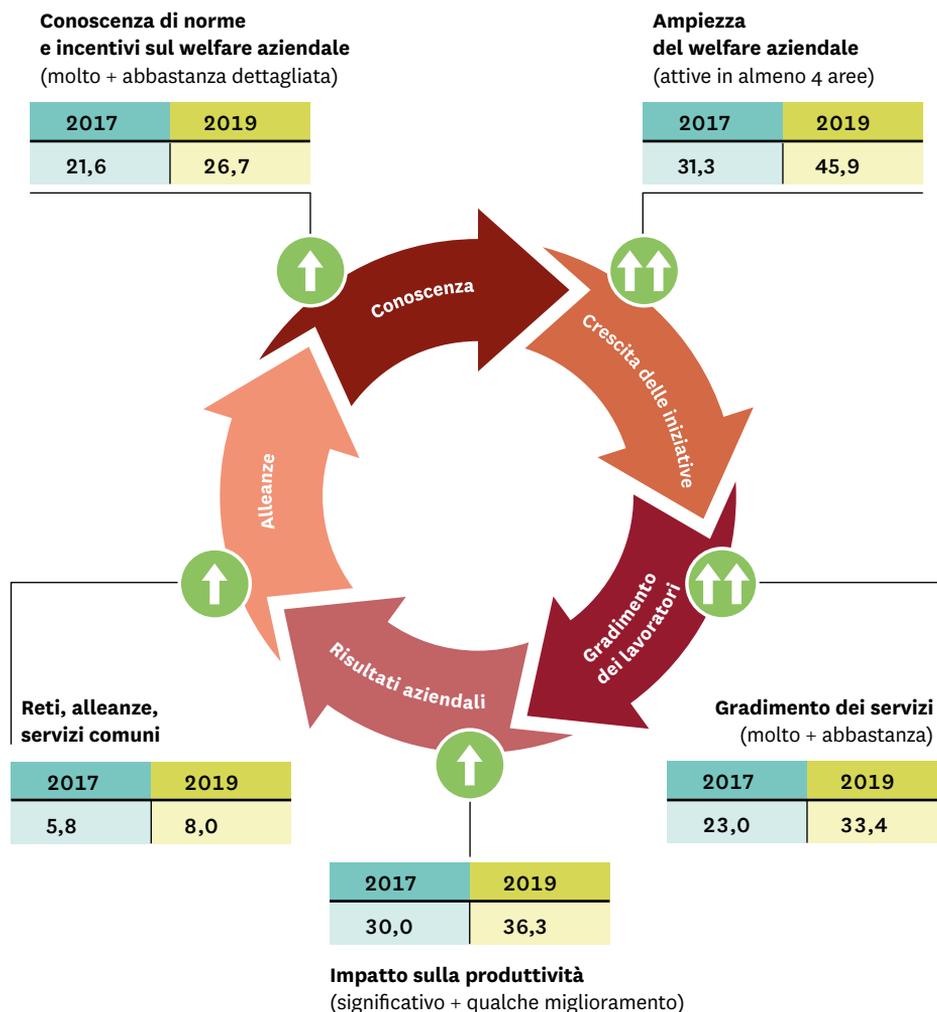
Le PMI, e fra queste soprattutto le imprese di più piccole dimensioni, faticano a raggiungere una struttura in grado di attuare con efficienza le iniziative di welfare. Hanno bisogno di allearsi con altre imprese per creare bacini di utenza sufficientemente larghi, ma anche questo è difficile quando non si dispone di competenze professionali specifiche. Per aiutare le imprese a uscire dall'isolamento è dunque fondamentale il supporto che può essere dato dalle associazioni imprenditoriali nel territorio. Ed altresì importante il rapporto con le imprese che offrono servizi di welfare e con le stesse organizzazioni del terzo settore.

Solamente l'8% delle imprese usufruiscono di alleanze, supporti associativi o servizi comuni. Si tratta di reti di impresa per circa il 2%, di consorzi o altre alleanze per una quota simile, e dell'adesione a servizi comuni per una quota oscillante tra il 4,5% e il 5%. Queste soluzioni associative non sono aumentate in modo significativo negli ultimi due anni. **Molto maggiore è invece la propensione a utilizzare alleanze e servizi comuni tra le imprese più impegnate nel welfare aziendale: la quota è del 20,2% tra quelle attive in almeno sei aree del welfare, e del 16,1% tra quelle in cui è cresciuta la consapevolezza degli obiettivi sociali dell'impresa.**

La disponibilità di servizi comuni a cui potersi associare è considerata fondamentale o molto importante dal 37,1% delle imprese intervistate, ma questa quota sale al 46,7% tra le più attive nel welfare aziendale; similmente sono considerati gli accordi con altre imprese nel territorio. Particolarmente preziose sono le attività di informazione e consulenza offerte dalle associazioni imprenditoriali secondo il 43,8% delle imprese in generale, e per il 59,1% tra quelle più attive nel welfare aziendale.

Rafforzare il supporto associativo alle imprese e aiutarle a fare rete è un compito fondamentale per promuovere l'ulteriore sviluppo del welfare aziendale.

IL CIRCOLO VIRTUOSO DEL WELFARE AZIENDALE



Abbiamo definito la correlazione tra questi fattori evidenziando il circolo virtuoso del welfare aziendale. Nella figura lo rappresentiamo sinteticamente, evidenziando un trend di miglioramento in tutti i fattori, in alcuni casi molto sostenuto.

LE 3 PRIORITÀ PER IL PAESE E PER LE IMPRESE

SALUTE E ASSISTENZA - CONCILIAZIONE VITA E LAVORO - GIOVANI, FORMAZIONE, MOBILITÀ SOCIALE

Il welfare aziendale fa crescere l'impresa, ma anche il Paese. Le imprese hanno infatti la capacità di mobilitare e immettere nel sistema di welfare risorse aggiuntive, allargando la gamma dei servizi disponibili e affiancandosi alle altre componenti del sistema, a partire dalle istituzioni del servizio pubblico.

Come già nel rapporto dello scorso anno, focalizziamo l'attenzione sui tre ambiti principali nei quali il welfare aziendale può offrire un contributo importante al sistema di welfare italiano:

- **la salute e l'assistenza;**
- **la conciliazione vita e lavoro;**
- **i giovani, la formazione, il sostegno alla mobilità sociale.**

La salute e l'assistenza

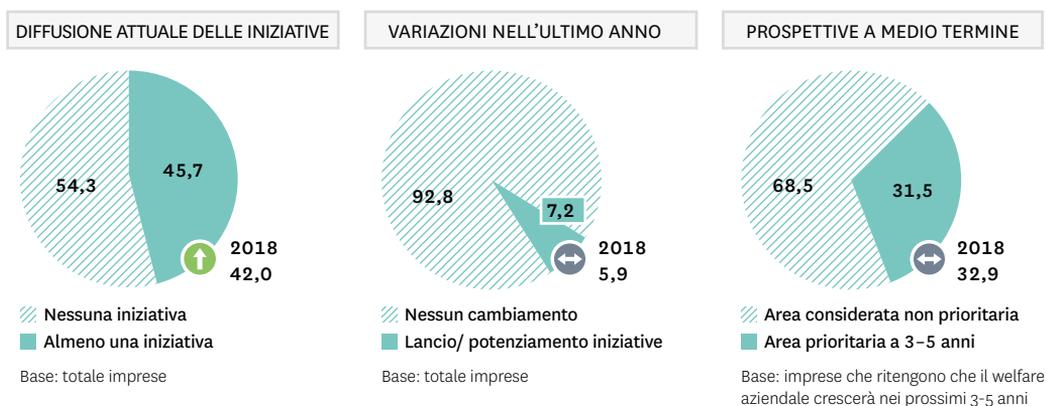
Poco meno della metà delle PMI italiane (45,7%) attua iniziative nell'area della salute e dell'assistenza: il 7,2% ha ampliato questo genere di iniziative nell'ultimo anno, il 31,5% lo considera un ambito prioritario di sviluppo nei prossimi anni.

- Le iniziative più diffuse sono quelle di sanità complementare, attuate dal 38,6% delle PMI. Prevale l'adesione al fondo sanitario di categoria (di derivazione CCNL) ma crescono anche le iniziative aziendali aggiuntive come le polizze sanitarie e l'adesione a fondi aziendali e interaziendali.
- Crescono solo leggermente i servizi di prevenzione e cura, dall'11% all'11,7%: si tratta di una pluralità di possibili servizi, dai programmi di prevenzione e check-up fino allo sportello medico interno e le convenzioni con studi dentistici.

- Ancora poco diffuse, ma in tendenziale crescita, le iniziative di assistenza, attuate dal 2,2% delle PMI. Rientrano in questo ambito i sostegni per l'assistenza di familiari non autosufficienti e per i bambini.

Salute e assistenza

QUOTE %



La conciliazione vita e lavoro

Le iniziative nella macro-area della conciliazione famiglia-lavoro e delle facilitazioni al lavoro sono praticate dal 59,2% delle imprese. Sono inoltre indicate come prioritarie per i prossimi 3-5 anni dal 37,2%.

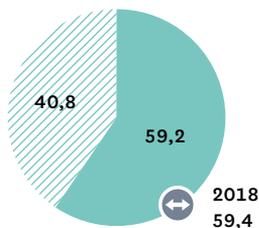
- La categoria di iniziative più presente nelle PMI è quella della flessibilità lavorativa, 36% delle PMI. Si tratta essenzialmente di organizzazione oraria più flessibile (entrate, uscite, pause, permessi, ...). Rientrano in questo ambito anche telelavoro e smart-working (entrambi poco sopra al 5%), attuati ancora da una minoranza di imprese ma in crescita soprattutto in quei comparti (e per quelle mansioni) dove le tecnologie informatiche consentono una maggiore delocalizzazione dell'attività lavorativa.

- Il 21,1% delle PMI attuano iniziative a supporto della genitorialità, soprattutto tramite permessi aggiuntivi retribuiti e integrazione del congedo di maternità e paternità.
- Mediamente diffuse tra le PMI anche le facilitazioni al lavoro, attuate dal 31,5% (in crescita rispetto al 28,0% di un anno fa): rientrano in questo ambito ticket aggiuntivi, servizi di mensa, supporti alle spese per il tragitto casa-lavoro (rimborso abbonamenti mezzi pubblici, servizi di trasporto aziendale, buoni carburante, ...).
- Da ultimo, il 15,3% delle imprese attua almeno una delle altre iniziative di sostegno economico per le famiglie: alloggi agevolati, convenzioni per l'acquisto di beni di consumo, agevolazioni su prestiti e microcredito.

Conciliazione vita e lavoro

QUOTE %

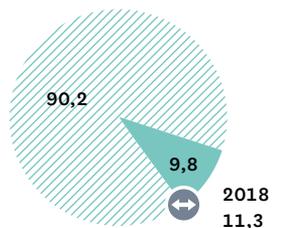
DIFFUSIONE ATTUALE DELLE INIZIATIVE



▨ Nessuna iniziativa
■ Almeno una iniziativa

Base: totale imprese

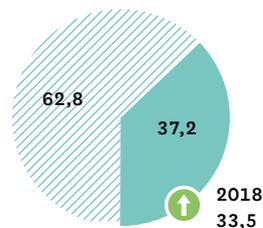
VARIAZIONI NELL'ULTIMO ANNO



▨ Nessun cambiamento
■ Lancio/ potenziamento iniziative

Base: totale imprese

PROSPETTIVE A MEDIO TERMINE



▨ Area considerata non prioritaria
■ Area prioritaria a 3-5 anni

Base: imprese che ritengono che il welfare aziendale crescerà nei prossimi 3-5 anni

I giovani, la formazione, il sostegno alla mobilità sociale

Le iniziative per la formazione dei lavoratori e il sostegno alla mobilità sociale delle giovani generazioni sono attuate dal 43,9% delle PMI e sono in crescita (38,2% un anno fa). Questa si conferma inoltre come una delle aree su cui le imprese intendono investire di più nei prossimi anni: 42,6%.

- Le iniziative di formazione specialistica professionale per i dipendenti sono in crescita: dal 32,2% del 2016 al 39,2% del 2019. Si tratta soprattutto di formazione tecnica (non è considerata quella obbligatoria per legge), ma anche di partecipazione a convegni e giornate studio e di formazione linguistica.
- Meno diffuse la formazione extra-professionale e le iniziative di valorizzazione dei talenti aziendali (borse di studio, viaggi studio, ...), attuate dal 4,9% delle PMI (era il 3,6% lo scorso anno).
- Le azioni a supporto della formazione di figli e familiari conoscono un leggero incremento, dal 2,7% al 4,2%. Si tratta di un ambito di potenziale forte sviluppo, anche per i forti incentivi fiscali previsti dalla normativa al rimborso delle spese di istruzione.

Giovani, formazione, sostegno alla mobilità sociale

QUOTE %



I 68 WELFARE CHAMPION 2019

Una delle finalità di Welfare Index PMI è **aiutare le piccole e medie imprese italiane a comunicare il proprio impegno nel welfare aziendale**, offrendo loro uno strumento di misurazione e di comunicazione pubblica del livello raggiunto: il Rating Welfare Index PMI.

Nel 2019 le imprese Welfare Champion, che hanno ottenuto perciò le 5 W del rating Welfare Index PMI, sono salite a 68 (più che triplicate rispetto al 2017). Si tratta delle realtà caratterizzate dal sistema di welfare più ampio (per numero di aree attivate) e che si contraddistinguono per numerosità e intensità delle iniziative, grado di coinvolgimento dei lavoratori e impegno economico e organizzativo nel welfare aziendale.



- AEPI Industrie Srl
- Agrimad Srl Società Agricola
- Aizoon Technology Consulting Srl
- Amag Spa
- Artigianservizi Srl
- Atlante Società Cooperativa Sociale Onlus
- Azienda Agricola Fungar Snc
- B+B International Srl
- Banca Alpi Marittime Credito Cooperativo Carrù ScpA
- Baobab Cooperativa Sociale Onlus Arl

- Bredani Group SpAa
- COLLE D'ORO Società Consortile Agricola Arl
- COMAC Srl
- Connecthub
- Consorzio Solidarietà Sociale Forlì-Cesena
- Ctb Air Technology Srl
- Deangelis Srl
- Effebi Arredamenti di Bellasio Pierino & C. Snc
- Eisai Srl
- Enrico Cantù Assicurazioni Srl
- Equilibrio e Benessere Srl
- Europea Microfusioni Aerospaziali Spa
- Excellence Consulting Srl
- Farco Group
- Ferri Engineering Studio Associato
- Flamma Spa
- Fondazione Collegio San Carlo
- Fonderie di Montorso Spa
- Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners
- Grünenthal Italia Srl
- Gruppo SAVE
- Gruppo Società Gas Rimini Spa
- Il Pugno Aperto Società Cooperativa Sociale
- Illumia Spa
- Kohler Srl
- Kuraray Europe Italia Srl
- La Dua Valadda Scs
- La Grande Casa Società Cooperativa Sociale Onlus
- La Nuvola Società Cooperativa Sociale Impresa Sociale Onlus
- La Quercia Società Cooperativa Sociale di Solidarietà Onlus
- LabAnalysis Srl
- Le Dune Spa
- MASMEC Spa
- Mazzucchelli 1849 Spa
- Monini Spa
- Monnalisa Spa
- Natura Iblea Srl - Paniere Bio
- Nep Srl Unipersonale
- OMET Srl
- OMT Officina Meccanica Tartarini Srl
- Performance in Lighting Spa
- Peverelli Srl
- Planetek Italia Srl
- Rubinetterie Bresciane Bonomi Spa
- San Marco Group Spa
- Selle Royal Spa
- SIS.TER Srl
- Soc. Coop. Dopo di Noi
- Sonzogni Camme Spa
- Spazio Aperto Servizi Società Cooperativa Sociale Onlus
- Specchio Magico Cooperativa Sociale Onlus
- STAFF Spa
- Studio Luca Furfaro
- Studio Sila Tommaso
- Trilli Paolo, Iascone, Merelli, Papini & C. Sas
- UMBRAGROUP Spa
- Verde Bio Natura
- Welcome Italia Spa

Hanno collaborato:

INNOVATION TEAM
Gruppo MBS Consulting

www.innovationteam.eu

acrobatik

www.acrobatik.it

www.welfareindexpmi.it

facebook.com/WelfareIndexPMI

linkedin.com/company/welfare-index-pmi



promosso da:



con il patrocinio di:



con la partecipazione di:

