

Chi più gratifica, più guadagna

LUISA ADANI

Il rapporto di Generali: il 35,6% (in crescita) delle **Pmi** aumenta la produttività grazie ai benefit Il welfare fa bene al business. Ne sono convinte più di un terzo delle **piccole e medie imprese** che l' hanno attuato: incrementa la produttività e fa lavorare più serenamente. In un anno sono infatti cresciute, dal 16,6% al 29,2%, le aziende che attuando iniziative di welfare aziendale dichiarano di voler incentivare la produttività. Aumentano anche le **imprese** che, con il welfare, vogliono contenere il costo del lavoro grazie ai vantaggi fiscali, passate dal 3,6% all' 8,5%. I dati sono stati fotografati dal terzo rapporto Welfare Index **Pmi** (promosso da Generali Italia, Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato, Confprofessioni e da esperti dell' industria e del mondo accademico), che ha osservato diecimila realtà rappresentative del nostro sistema produttivo (da meno di dieci addetti a più di mille).

Il 32,5% di quelle che sottoscrivono contratti integrativi ha definito accordi che prevedono il welfare. Con un trend interessante. Oltre ai numeri assoluti, cresce l' intensità del progetto: le **imprese** che hanno sviluppato iniziative in almeno quattro delle dodici aree del paniere considerato dallo studio sono passate dal 7,2% nel 2016 al 14,3% del totale oggi. Le aree prese in considerazione sono: previdenza, sanità, servizi di assistenza, polizze assicurative, conciliazione, sostegno economico, formazione per i dipendenti, istruzione dei figli, cultura e tempo libero, sostegno a soggetti svantaggiati, sicurezza, welfare allargato alla comunità. È riconosciuto che le politiche di welfare impattano sulla produttività, sulla reputazione aziendale, sulla soddisfazione dei lavoratori e sulla loro fidelizzazione; meno della forza della massa critica. I benefici prodotti infatti crescono in modo più che esponenziale nel momento in cui si supera la soglia delle sei iniziative proposte. Il riflesso sulla produttività passa allora dal 30,8% al 63,5%; il clima migliora dal 40,9% al 73%, la reputazione aziendale dal 39,8% al 71,4% e l' affezione dei collaboratori dal 37,5 al 69,2%. Predisporre,

organizzare e gestire un piano non è semplice, più facile farlo se si è una grande azienda. Le politiche per il benessere dei collaboratori si sviluppano infatti soprattutto nelle **imprese** più grandi. È qui che troviamo la maggior frequenza di realtà, il 67%, che propongono iniziative in almeno sei aree. Il dato scende al 43,6% tra le medie, al 16,5% fra le piccole e al 10% nelle micro**imprese**. Per queste ultime diventa quindi strategico associarsi. E fra di loro cresce la propensione a fare alleanze per realizzare sistemi di welfare, reti di **imprese**, partecipare a consorzi e aderire a servizi comuni. Negli anni cambia la composizione del paniere offerto ai collaboratori, in relazione ai bisogni sociali emergenti dalla fase di fragilità sociale e dalla difficoltà della spesa pubblica. Oltre alla salute e all'assistenza, prendono slancio la conciliazione, i servizi per i giovani, la formazione dei dipendenti e il sostegno alla mobilità sociale. Sono ormai il 59,4% le **Pmi** che offrono soluzioni e servizi per conciliare i tempi di famiglia e lavoro e le aziende che puntano su flessibilità. Lo smart working è gettonato: la sua frequenza negli ultimi due anni è raddoppiata, passando dal 16,1% al 43,3%. Le politiche di conciliazione, considerate misure indirizzate alle donne, piacciono invece anche agli uomini, rivelandosi un aspetto sempre più apprezzato da candidati e dipendenti, determinante per scegliere e valutare l'azienda. Secondo il rapporto «è in corso un cambiamento organizzativo che comporta la rottura delle barriere tradizionali tra luoghi e tempi del lavoro e quelli della vita familiare».