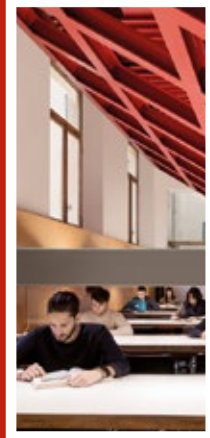
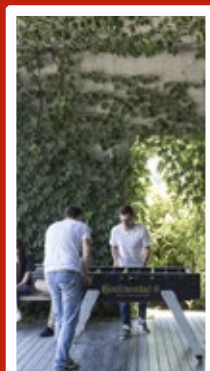
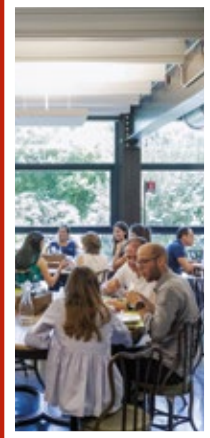


WELFARE  IL WELFARE AZIENDALE
INDEX  FA CRESCERE L'IMPRESA
PMI  E FA BENE AL PAESE

Rapporto 2019



WELFARE
INDEX
PMI

Indice

04

Prefazione

06

Introduzione

09

Rapporto 2019

- 10** 1. Il welfare come progetto d'impresa
- 28** 2. Politiche aziendali e coinvolgimento dei lavoratori
- 44** 3. Gli impatti del welfare aziendale e i fattori di successo
- 56** 4. Focus - Salute e assistenza
- 60** 5. Focus - Conciliazione vita e lavoro
- 66** 6. Focus - Giovani, formazione, sostegno alla mobilità sociale
- 72** 7. L'agricoltura sociale

Appendici

- 76** Le aree del welfare aziendale
- 84** Analisi territoriale
- 90** La ricerca: campione e metodo

95

Il rating
Welfare Index PMI

105

I migliori esempi
di welfare aziendale

Prefazione

Giunti al quarto anno di Welfare Index PMI diventa interessante valutare i dati in dinamica per capire come le imprese italiane si stanno muovendo in tema di welfare.

Il Rapporto 2019 contiene una mole d'informazioni molto importante e statisticamente significativa, visto che oltre 4.500 piccole medie imprese, di tutti i settori produttivi, sono state coinvolte nella ricerca. Complessivamente in quattro anni abbiamo raccolto oltre 15.000 interviste alle pmi.

Dal 2016 al 2019, le pmi molto attive nel welfare aziendale sono passate dal 7,2% al 19,6%.

Proiettate sull'universo di riferimento possiamo dire che circa 130.000 piccole medie imprese, in Italia, adottano vere e proprie politiche di welfare: ascoltano i lavoratori, predispongono piani di welfare atti a migliorarne il benessere delle persone, registrano una crescente soddisfazione e rilevano un miglioramento della produttività in azienda. E consolidano questo circolo virtuoso che coinvolge i dipendenti, i loro familiari e la comunità di riferimento.

Questo conferma la bontà del nostro motto "il welfare aziendale fa crescere l'impresa e fa bene al Paese". Lo potrete toccare con mano leggendo le storie delle imprese Welfare Champion contenute in questo Rapporto.

Ci auguriamo che siano di stimolo per altre piccole e medie imprese per entrare in contatto con questi imprenditori esemplari, fare rete e replicare attività di welfare nella propria realtà.

Ma ci sono ancora ampi margini di miglioramento. A distanza di 4 anni, la maggioranza delle pmi (54%) ha poca consapevolezza dei vantaggi del welfare aziendale. Questa limitata conoscenza si traduce spesso in iniziative sporadiche e poco rilevanti che non aiutano gli stessi lavoratori

a preferire e chiedere premi di produttività in ambiti socio-economici importanti (salute, previdenza, conciliazione vita- lavoro, servizi di assistenza, sostegno all'istruzione dei figli etc) anziché in denaro (per di più soggetto a tassazione).

Con Welfare Index PMI ascoltiamo le aziende e, insieme alle Confederazioni, siamo promotori della diffusione della cultura e delle buone pratiche di welfare. Perché il welfare fa da sempre parte di Generali Italia e ne conosciamo i benefici.

Ecco perché mettiamo competenze e innovazione a disposizione delle imprese.

Questo significa andare nei territori, ascoltare le esigenze e mostrare i vantaggi di una progettazione strategica dei servizi di welfare integrato per una crescita di valore di tutti: imprenditori, dipendenti, familiari, comunità di riferimento e, quindi, del Paese.

Marco Sesana

*Country Manager & CEO Generali Italia
e Global Business Lines*

Introduzione

Il welfare aziendale fa crescere l'impresa e fa bene al Paese.

Su questa convinzione si basa Welfare Index PMI volto a incentivare le piccole medie imprese ad interessarsi al welfare e a metterlo in “buona pratica”. In questi quattro anni di attività sono stati costantemente implementati gli strumenti volti a promuovere la cultura del welfare aziendale nelle PMI: dalla importante ricerca quantitativa di base fino all'algoritmo che rilascia ad ogni impresa partecipante la fotografia del suo “stato di welfare”; dalla costante attività di comunicazione fino al sito www.welfareindexpmi.it che fornisce preziose informazioni sul welfare aziendale per chi lo vuole approcciare; dai premi alle imprese che meglio si sono distinte in tutti i settori produttivi fino al rating 5w, insieme attestato d'eccellenza e strumento di comunicazione per le imprese stesse.

Ma, più precisamente, cosa intendiamo per crescita dell'impresa.

Il welfare aziendale può costituire ciò che gli economisti chiamano una situazione o gioco win win, dove cioè tutte le parti coinvolte ottengono un vantaggio:

- **L'imprenditore** può detassare i premi erogati in ambito welfare; registra una crescita della soddisfazione e produttività in azienda; ottiene maggiore fedeltà dai suoi collaboratori e può perfino attrarre, più facilmente, giovani talenti.
- **I lavoratori** ottengono benefici maggiormente legati alla loro qualità della vita, ai quali spesso non potrebbero accedere singolarmente; benefici che, anche in reddito reale, valgono ben di più del premio in denaro, soggetto a progressiva tassazione.
- **Lo Stato** (che opportunamente incentiva fiscalmente le aziende) spende meno per il welfare, grazie all'integrazione dell'attività delle imprese sul territorio e, per sommatoria, a livello nazionale.
- **Le Istituzioni locali** possono utilizzare al meglio e mettere a disposizione eventuali infrastrutture per l'erogazione di servizi legati al welfare.

- **Le Associazioni dei diversi stakeholder** possono, anche in quest'ambito, svolgere un ruolo di rappresentanza degli interessi dei loro associati e prevederne l'aggregazione al fine di usufruire di servizi comuni di welfare più efficienti. Contrariamente ai “giochi a somma zero” (dove quando qualcuno guadagna c'è comunque qualcuno che ci perde), con il welfare aziendale guadagnano tutti. Tutti hanno teoricamente interesse alla crescita del welfare aziendale nel nostro Paese.

Ma Welfare Index PMI mira ad un “salto di qualità” di questa crescita. Quando abbiamo scritto che “il welfare aziendale fa crescere l'impresa”, oltre a tutti i vantaggi suddetti, ci riferivamo, innanzitutto, a una crescita culturale dell'azienda. Nel leggere il Rapporto non vi sfuggirà un aspetto molto promettente: laddove un imprenditore coinvolge i propri lavoratori al fine di comprenderne le esigenze e risponde alle stesse con un progetto di welfare, quest'ultimo crea un “effetto leva”: in termini di maggior benessere comune. In termini di qualità del lavoro e del luogo di lavoro (che, a volte, diventa più “liquido”, pensiamo allo smart-working). Perfino in termini di comunità di riferimento (pensiamo al welfare per i figli e parenti dei dipendenti, all'utilizzo di infrastrutture locali magari come rete di pmi).

Crediamo che l'Italia abbia nel suo dna l'impresa umanistica, a maggior ragione la piccola media impresa. Certo ci vogliono imprenditori illuminati che mettano al centro le persone. Vanno incoraggiate. Anche con un riconoscimento. Il Comitato Guida dedica un Premio Speciale alla pmi che più si è distinta in iniziative a favore della comunità, perché ne è diventata “centro di gravità permanente”.

Buona lettura,

il Comitato Guida

Rapporto Welfare Index PMI 2019

1 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.

Sono passati tre anni dal 2016, quando fu introdotta una normativa che potenziava gli incentivi fiscali al welfare aziendale e li estendeva a una gamma molto vasta di iniziative e servizi attuabili dalle imprese a sostegno dei lavoratori e delle loro famiglie. Sino ad allora l'espressione welfare aziendale era sconosciuta o poco utilizzata. Il welfare integrativo nel mondo del lavoro si riferiva pressoché esclusivamente alle grandi soluzioni collettive di previdenza e sanità complementare, i fondi pensione e i fondi sanitari, istituiti dai contratti nazionali. Un'altra espressione diffusa era employee benefit: i benefici aggiuntivi previsti dalle singole aziende per i propri dipendenti. Ma questi erano presenti quasi esclusivamente nelle imprese di grande dimensione e perlopiù a vantaggio di alcune categorie

Il welfare aziendale si rivolge a intere popolazioni aziendali e alle loro famiglie, su un range vastissimo di bisogni.

di manager e lavoratori qualificati, come componente del sistema premiante. Il welfare aziendale è qualcosa di molto più ampio tanto nella platea quanto nell'oggetto delle prestazioni: si rivolge a intere popolazioni aziendali e alle loro famiglie, su un range vastissimo di bisogni: dalla previdenza integrativa ai servizi per la salute e il benessere personale; dall'assistenza per i

familiari anziani e per la cura dei figli alle iniziative per la conciliazione vita - lavoro; dalla formazione professionale ed extraprofessionale al sostegno per l'istruzione dei figli; dalle iniziative culturali e per la rigenerazione psicofisica a quelle per favorire l'integrazione dei soggetti deboli e degli immigrati. Nella figura 1 rappresentiamo le 12 aree in cui abbiamo classificato il welfare aziendale allo scopo di seguirne l'evoluzione con il nostro programma di ricerca.

Fig. 1 - **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

Concepito in questo modo, 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. Una leva di politica del personale, certamente, ma di rilievo strategico perché permette di gestire il ruolo sociale dell'impresa, non solo nei confronti della comunità aziendale ma anche all'esterno di essa.

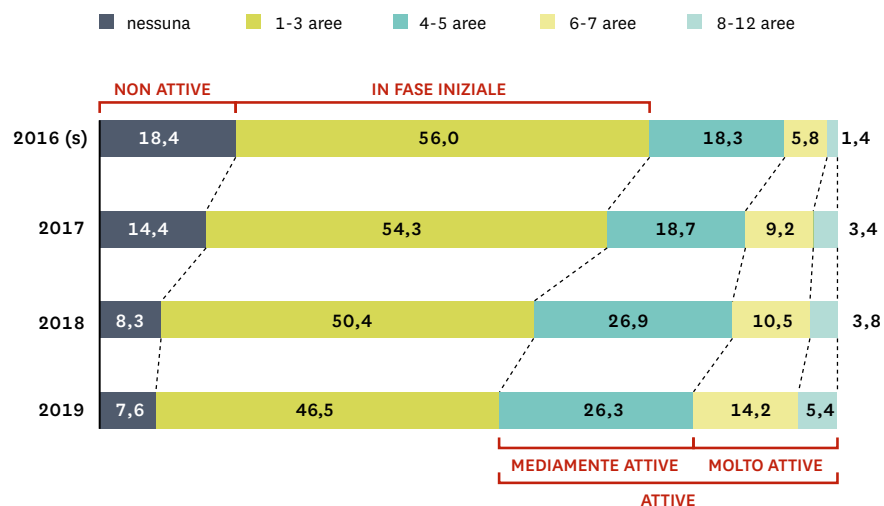
Sollecitate dal nuovo impianto normativo, in questi tre anni le imprese hanno dato una risposta consistente, incrementando tanto l'ampiezza quanto l'intensità delle iniziative di welfare adottate. Per misurare l'ampiezza consideriamo il numero di aree, sulle 12 da noi classificate, in cui le imprese hanno attuato almeno una iniziativa. Osserviamo le figure 2 e 3. 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%).

Oggi, dunque, quasi il 20% delle imprese di tutti i settori hanno sviluppato politiche di welfare articolate in numerose aree. Possiamo definirle l'avanguardia del

Oggi quasi il 20% delle imprese di tutti i settori hanno sviluppato politiche di welfare articolate in numerose aree.

Fig. 2 – **Ampiezza del welfare aziendale**

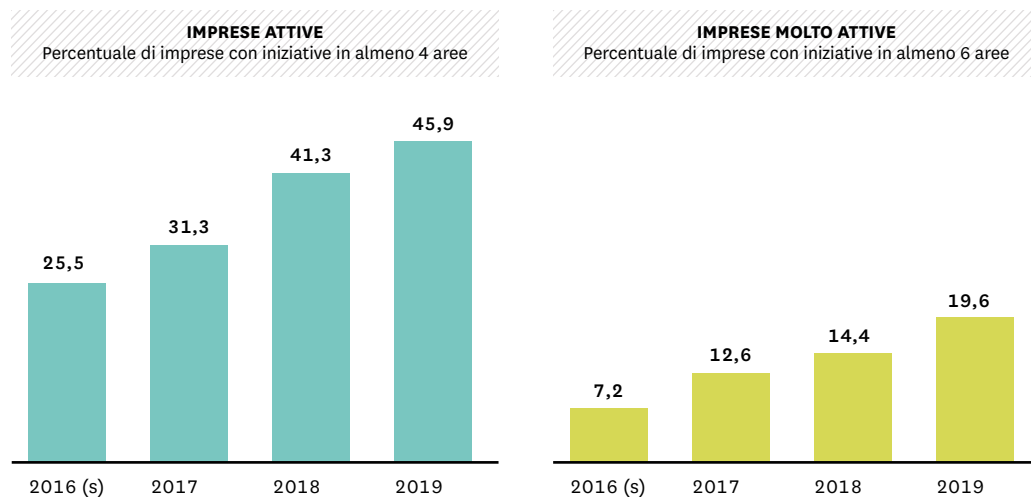
PERCENTUALE DI IMPRESE PER NUMERO DI AREE COPERTE (CONSIDERATA ALMENO UNA INIZIATIVA PER AREA)



Nota: i dati 2016 sono stati integrati con stime per consentire la comparazione su basi omogenee, su un universo di imprese da 6 a 1.000 addetti.

Fig. 3 – **La crescita delle imprese più attive nel welfare aziendale**

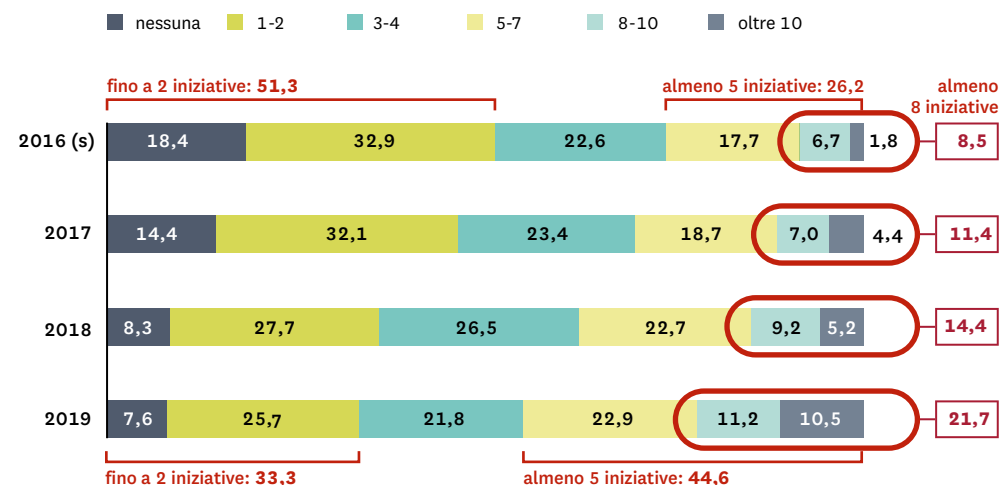
QUOTE %



Nota: i dati 2016 sono stati integrati con stime per consentire la comparazione su basi omogenee, su un universo di imprese da 6 a 1.000 addetti.

Fig. 4 – **Intensità del welfare aziendale**

PERCENTUALE DI IMPRESE PER NUMERO COMPLESSIVO DI INIZIATIVE DI WELFARE ATTIVATE



Nota: i dati 2016 sono stati integrati con stime per consentire la comparazione su basi omogenee, su un universo di imprese da 6 a 1.000 addetti.

movimento, che in questi tre anni si è molto rafforzata sino a triplicare di numero. A questo gruppo si aggiunge un 26% di imprese mediamente attive (in 4 e 5 aree), anch'esse in aumento. Segue un 46,5% di imprese nella fase iniziale, di sperimentazione su un range più limitato di iniziative (fino a tre aree). Le imprese non attive nel welfare aziendale, che nel 2016 superavano il 18%, sono diminuite a meno dell'8%.

Similmente è cresciuta l'intensità del welfare aziendale, cioè il numero complessivo di iniziative attuate indipendentemente dalle aree, come appare nella figura 4. Le imprese poco attive (fino a due iniziative), che nel 2016 erano la maggioranza, oggi sono solamente un terzo del totale, mentre quelle molto attive (con almeno otto iniziative) sono passate dall'8,5% al 21,7%, e hanno avuto una forte crescita soprattutto nell'ultimo anno.

Ciò che più conta è che il welfare aziendale in questi anni è riuscito a rompere la barriera dimensionale, diffondendosi anche nelle piccole imprese. Nella figura 5 rappresentiamo l'ampiezza delle iniziative per classi dimensionali, misurandola come quota sul totale delle aziende molto attive per estensione del welfare (in almeno 6

Ciò che più conta è che il welfare aziendale in questi anni è riuscito a rompere la barriera dimensionale, diffondendosi anche nelle piccole imprese.

aree). Ricordiamo che la nostra indagine ha esaminato un ampio universo di imprese di tutti i settori, suddivise in quattro classi: microimprese (fino a 10 addetti), piccole (da 10 a 50), medie (da 51 a 250) e medio-grandi (da 251 a 1.000 addetti). 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. Nelle microimprese: dal 6,8% nel 2017 (nel 2016 non avevamo rilevato il dato) all'attuale 12,2%. Nelle piccole: dall'11% nel 2016 al 24,8% di oggi. Nelle medie imprese: dal 20,8% nel 2016 al 45,3% di oggi, con un aumento particolarmente sostenuto nell'ultimo anno.

Sostenere la diffusione del welfare aziendale nelle piccole e medie imprese è lo scopo del nostro progetto, e se ne comprende la ragione se consideriamo la struttura del sistema produttivo italiano, nel quale le grandi realtà con più di mille addetti sono solamente 750. Welfare Index PMI si rivolge alle aziende che costituiscono la struttura portante del sistema: le 652 mila PMI da 6 a 1.000 addetti (figura 6), la gran parte delle quali, più di 620 mila, sono piccole imprese, inferiori a 50 addetti. A

queste si aggiungono 5,2 milioni di imprese individuali e microimprese con meno di 6 addetti. Attivare il welfare aziendale in questo vasto tessuto produttivo significa raggiungere in modo capillare il territorio e rispondere ai molteplici bisogni di famiglie appartenenti a contesti sociali e condizioni economiche molto diverse.

Sin qui una prima e più generale descrizione della diffusione raggiunta dal welfare aziendale nelle PMI. Questi numeri, però, non dicono tutto: ciò che è avvenuto in questi tre anni non è descrivibile solamente in termini quantitativi, come estensione delle iniziative di welfare aziendale e aumento delle imprese che le hanno attuate. Ciò che emerge dalla quarta edizione del nostro rapporto è che è molto cresciuta la maturità delle imprese più attive nel welfare aziendale, in termini di consapevolezza e di efficacia.

Si veda la tavola 7. Un terzo degli intervistati dichiarano di aver vissuto negli ultimi due – tre anni una crescita di consapevolezza degli obiettivi sociali dell'impresa da parte della proprietà o dei manager. Nelle aziende molto attive nel welfare questa quota raddoppia e raggiunge il 63,4%. Dunque in questi anni si è affermata, in un segmento consistente, l'idea che l'impresa debba perseguire degli scopi sociali oltre agli obiettivi di business, ed è forte la correlazione tra questa consapevolezza e l'ampiezza delle iniziative di welfare aziendale. Nelle realtà più impegnate, come

**Welfare Index PMI
si rivolge alle aziende che
costituiscono la struttura
portante del sistema:
le 652 mila PMI da 6 a 1.000
addetti.**

Fig. 5 – Ampiezza del welfare aziendale per classi dimensionali

PERCENTUALE DI IMPRESE ATTIVE IN ALMENO SEI AREE DI WELFARE AZIENDALE

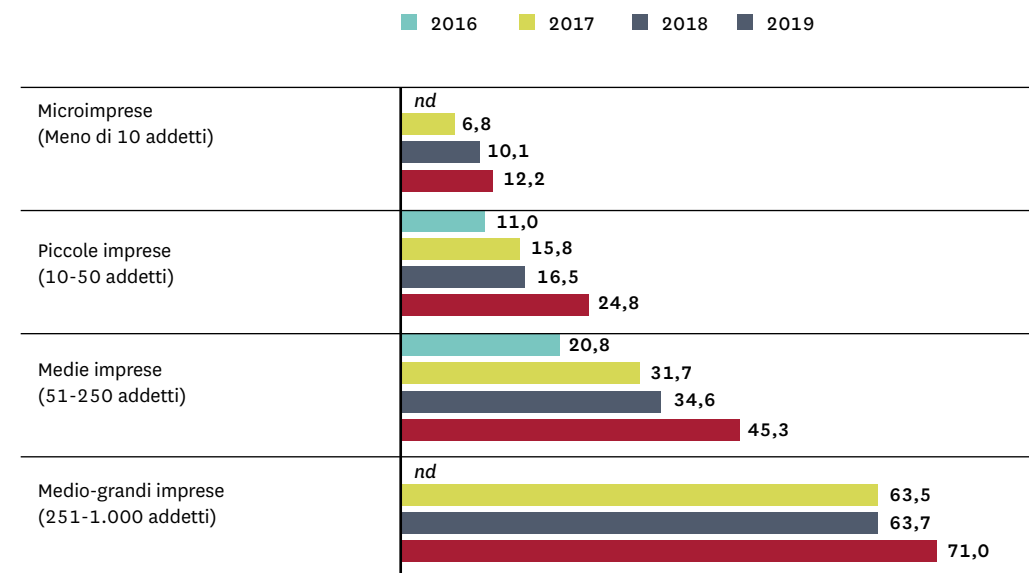


Fig. 6 – Il sistema produttivo italiano

NUMERO DI IMPRESE PRIVATE PER CLASSI DIMENSIONALI

	Industria, commercio e servizi	Agricoltura	Totale	
Grandi imprese	Oltre 1.000 addetti	748		748
Medio-grandi imprese	251-1.000 addetti	3.379		3.379
Medie imprese	51-250 addetti	24.522	Oltre 2.500 gg. 2.869	27.391
Piccole imprese	10-50 addetti	194.240	501-2.500 gg. 94.096	288.336
Microimprese	6-9 addetti	216.347	300-500 gg. 116.523	332.870
	Meno di 6 addetti	4.295.078	Meno di 300 gg. 933.008	5.228.086
Totale	4.734.314	1.146.496		5.880.810

Welfare Index PMI
651.976

Elaborazione e stime Innovation Team su dati ISTAT (2016 per tutti i settori).
Le classi dimensionali dell'agricoltura sono basate sul numero di giornate lavorative.
I dati relativi a industria, commercio e servizi includono le imprese del terzo settore.

vedremo nel secondo capitolo di questo rapporto, gli imprenditori considerano le responsabilità sociali e gli obiettivi di business come reciprocamente funzionali: l'azienda 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. In questi casi il welfare aziendale è una strategia dell'impresa, non è rubricato sotto la voce "amministrazione del personale", e gli imprenditori e i manager che dirigono l'azienda se ne occupano direttamente.

Le imprese di questo segmento hanno sviluppato politiche aziendali di welfare con un carattere di coerenza e continuità, non limitandosi a iniziative episodiche finalizzate a utilizzare i benefici fiscali. Le aziende più attive hanno aumentato molto più della media il proprio impegno tanto di carattere organizzativo quanto di risorse economiche (figura 7). Conseguentemente hanno verificato un deciso miglioramento dell'interesse

Nell'ultimo anno le aziende più attive che hanno accresciuto l'attività di welfare, sia potenziando le iniziative esistenti sia intraprendendone di nuove, sono mediamente il 23,1%.

di lavoratori per le iniziative di welfare realizzate. Le figure 8 e 9 mostrano la quota di imprese che nell'ultimo anno hanno accresciuto l'attività di welfare, sia potenziando le iniziative esistenti sia intraprendendone di nuove. Queste sono mediamente il 23,1%, ma raggiungono il 45,7% tra le imprese attive in sei o sette aree di welfare, e il 63,3% tra le imprese attive in almeno otto aree.

La coerenza con cui le imprese più attive perseguono politiche di welfare aziendale è testimoniata anche dalle intenzioni per il futuro. Come indica la figura 10, il 71,7% di esse dichiarano l'intenzione di accrescere ulteriormente le iniziative, contro una media generale del 49,7%.

Nei prossimi capitoli analizzeremo le differenti politiche aziendali e le modalità di attuazione delle iniziative. Inoltre verificheremo i risultati ottenuti dalle imprese, in termini sia di riconoscimento da parte dei lavoratori sia di impatto sul business. Qui, nella figura 11, anticipiamo alcuni dati che sintetizzano l'esperienza compiuta in questi due - tre anni. 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 decisamente migliori. Le aziende molto attive hanno osservato effetti positivi del welfare aziendale sulla produttività del lavoro nel 63,9% dei casi, contro

Fig. 7 - Cambiamenti nell'approccio al welfare aziendale

QUOTE %

Rispetto a 2-3 anni fa, a suo parere nella sua impresa come sono cambiati i seguenti fattori?

	Consapevolezza della proprietà/ del management dell'importanza degli obiettivi sociali dell'impresa	Impegno organizzativo dell'impresa per le iniziative di welfare aziendale	Impegno economico dell'impresa per le iniziative di welfare aziendale	Interesse dei dipendenti a ricevere servizi di welfare
Molto / abbastanza aumentato	33,5	26,0	24,6	28,1
Sostanzialmente invariato	64,1	72,7	73,8	70,3
Diminuito	2,4	1,3	1,6	1,6
Molto / abbastanza aumentato				
Attive in meno di 6 aree	26,5	18,9	18,1	21,3
Attive in almeno 6 aree	63,4	56,4	52,8	56,9

Fig. 8 - Variazioni delle iniziative di welfare aziendale nell'ultimo anno

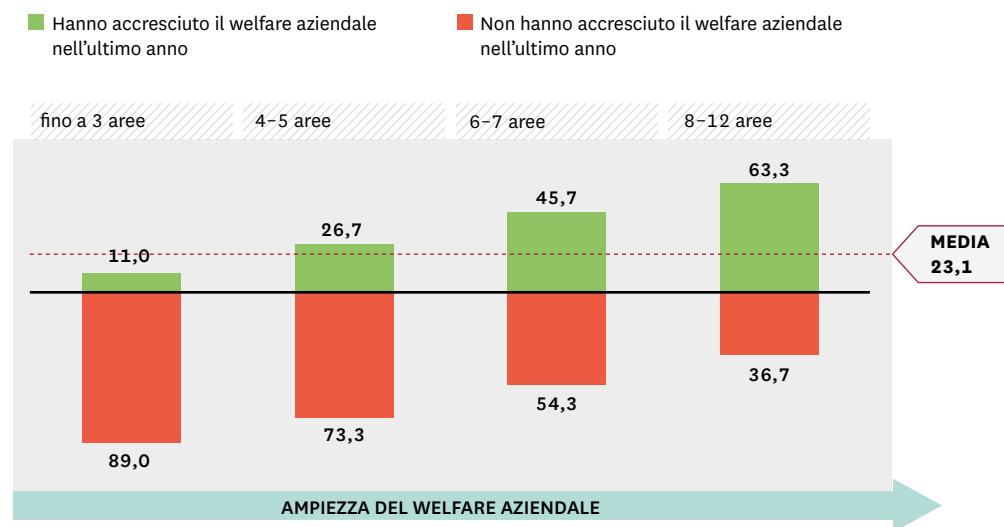
QUOTE %

- Nessuna crescita
- Solo tramite potenziamento iniziative esistenti
- Solo tramite nuove iniziative
- Sia tramite nuove iniziative che potenziamento



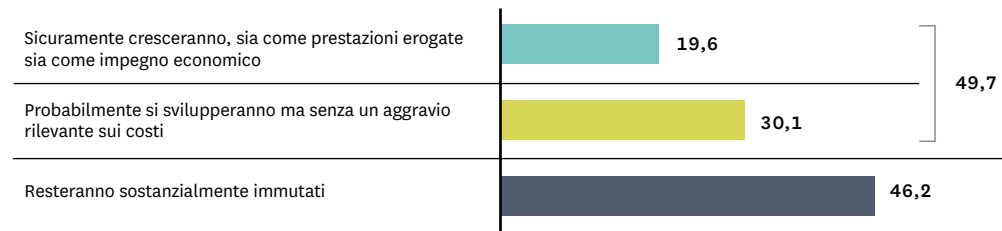
Fig. 9 – **Variazioni delle iniziative per ampiezza del welfare aziendale**

PERCENTUALE DI IMPRESE CON VARIAZIONI NELL'ULTIMO ANNO

Fig. 10 – **Prospettive a medio termine del welfare aziendale**

QUOTE %

Pensando ai prossimi 3-5 anni, ritiene che i servizi di welfare nella sua impresa...

Fig. 11 – **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

	Fascia dimensionale					Ampiezza welfare aziendale			
	Meno di 10	10-50	51-100	101-250	251-1.000	Fino a 3 aree	4-5 aree	6-7 aree	8-12 aree
	14,9	21,8	29,3	36,1	42,6	11,3	20,4	33,0	48,3
	27,8	29,5	31,8	31,9	31,9	23,7	35,7	32,6	35,9
	52,8	44,5	37,0	30,7	23,1	59,7	40,4	31,9	14,2

una media del 36,3%; e sull'immagine e sulla reputazione aziendale nel 72,5% dei casi, contro una media del 42,4%.

Il tema della percezione del valore del welfare aziendale da parte dei lavoratori è un nodo di grande importanza. Le imprese che dichiarano di ottenere un buon gradimento delle proprie iniziative, come abbiamo visto,

Le imprese che dichiarano di ottenere un buon gradimento delle proprie iniziative da parte dei lavoratori sono il 33,4% ma due anni fa, nel 2017, erano il 23%.

sono il 33,4%; ma due anni fa, nel 2017, erano il 23%. Dunque la soddisfazione cresce con la crescita dell'esperienza. Ma ciò che più conta è che è correlata al livello di welfare dell'azienda. Le imprese che ottengono un gradimento elevato sono la maggioranza nel segmento delle più attive (55,4%), e solamente il 21,8% tra le meno attive.

Il welfare aziendale per la maggior parte dei lavoratori è un'esperienza recente,

in molti casi limitata alla possibilità di utilizzare piccole somme: non dovremmo stupirci del fatto che non si sia ancora consolidato un ampio riconoscimento della sua utilità. Ma, soprattutto, non dovremmo stupirci della difficoltà a percepire il valore dei servizi sotto un profilo meramente economico. Questo è il motivo per cui il gradimento dei lavoratori dipende molto dalla capacità dell'azienda di valorizzare le proprie iniziative.

Quando esaminiamo le più belle storie di welfare aziendale, comprendiamo che il valore generato da quelle imprese consiste nella relazione che esse costruiscono con i propri collaboratori, realizzando progetti che rispondono alle loro principali esigenze. Tutto ciò va molto oltre l'equivalente economico dei servizi offerti. Se quelle imprese erogassero delle somme pari al costo delle loro iniziative, non otterrebbero lo stesso risultato.

Abbiamo più volte sottolineato che, nella normativa del welfare aziendale, l'ampiezza dei servizi incentivati è un fattore importante di flessibilità, perché permette di rispondere ai bisogni dei più diversi profili familiari. Ma comporta anche rischi di dispersione, soprattutto quando le risorse che l'azienda può mettere a disposizione dei piani di welfare non sono elevate. Inoltre, la semplice erogazione di somme comporta rischi di banalizzazione, oltre che di dispersione. Quando l'azienda non si limita a questo, ma costruisce un progetto che risponde ai bisogni dei lavoratori, delle loro famiglie e del territorio in cui essa opera, genera un valore che va oltre l'equivalente economico dell'iniziativa e che le persone non faticano a riconoscere.

Per comprendere i fattori di successo nella valorizzazione del welfare aziendale, molto più dell'analisi statistica conta dunque l'esperienza delle

best practice. Nell'ultima sezione di questo rapporto raccontiamo alcune di queste, ma numerose sono quelle che meritano di essere comunicate: le 68 Welfare Champion, cioè le imprese che hanno ottenuto il livello più alto di rating Welfare Index PMI, e molte altre delle 4.561 che hanno partecipato alla nostra indagine. Sono realtà molto diverse per settore, territorio e complessità organizzativa, così come diverse sono le iniziative di welfare che hanno attuato, talvolta con soluzioni originali. Ma alcuni tratti comuni le distinguono. Anzitutto l'impegno personale: sono storie di imprenditori e di manager consapevoli del fatto che l'azienda è una comunità di persone, e che ciò comporta responsabilità che vanno oltre la dimensione economica e organizzativa del business.

Inoltre i casi di successo si basano sulla capacità di individuare i bisogni principali dei lavoratori e delle loro famiglie, per concentrare le iniziative su obiettivi di massimo impatto sociale. Anche a questo serve il coinvolgimento: a definire le priorità e a progettare iniziative aziendali il cui valore sia ben riconoscibile.

Queste considerazioni si possono sintetizzare con una espressione: l'impresa al centro della comunità. Con i progetti di welfare aziendale le imprese più attive e consapevoli si pongono al centro di un sistema di relazioni sociali. Anzitutto, come già si è detto, occupandosi dei bisogni delle persone che fanno parte della comunità aziendale, i dipendenti e le loro famiglie. Ma molte iniziative superano i confini dell'azienda e assumono un interesse più generale nel territorio. Alcune imprese hanno promosso iniziative pubbliche e creato servizi aperti alla comunità locale: ciò che abbiamo esaminato nell'area "welfare allargato alla comunità". Inoltre, per superare i limiti della piccola dimensione, le imprese più attive hanno attuato alleanze con altre imprese e con diversi soggetti pubblici e privati nel territorio, utilizzando il supporto delle associazioni imprenditoriali e di altri servizi comuni.

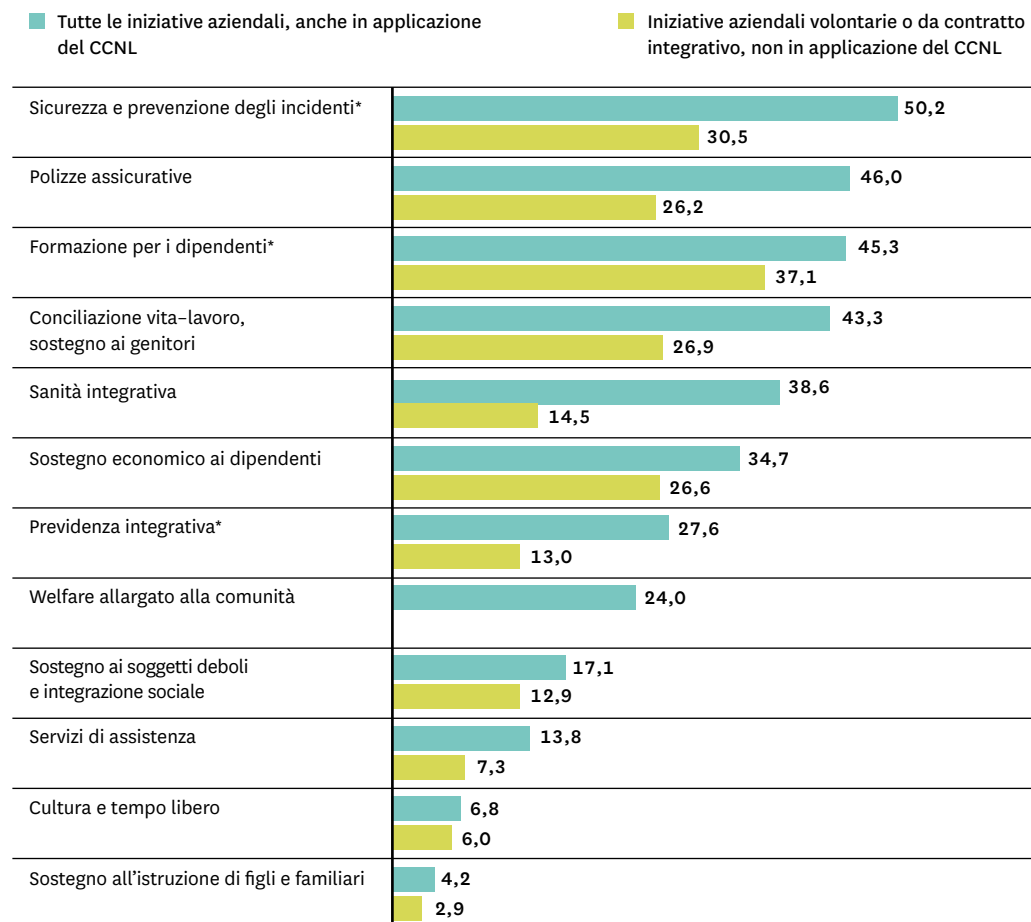
L'aspetto più noto del welfare aziendale è la sua capacità di apportare risorse aggiuntive alla spesa sociale pubblica e privata, e di contribuire alla diffusione nel territorio di servizi e di facilitazioni all'accesso che altrimenti non sarebbero disponibili. Ma, accanto a questo, esiste un altro aspetto di grande valore soprattutto in un'epoca di frammentazione sociale e di isolamento. Realizzando i progetti di welfare aziendale, e interagendo con altri soggetti, le imprese contribuiscono a rafforzare la coesione tra le comunità e le persone che ne fanno parte. E anche questo è un fattore di protezione e benessere.

Esaminiamo a questo punto la diffusione dei servizi del welfare aziendale.

Molte iniziative superano i confini dell'azienda e assumono un interesse più generale nel territorio.

Fig. 12 – Tassi di iniziativa per aree del welfare aziendale

PERCENTUALE DI IMPRESE CON ALMENO UN'INIZIATIVA PER AREA

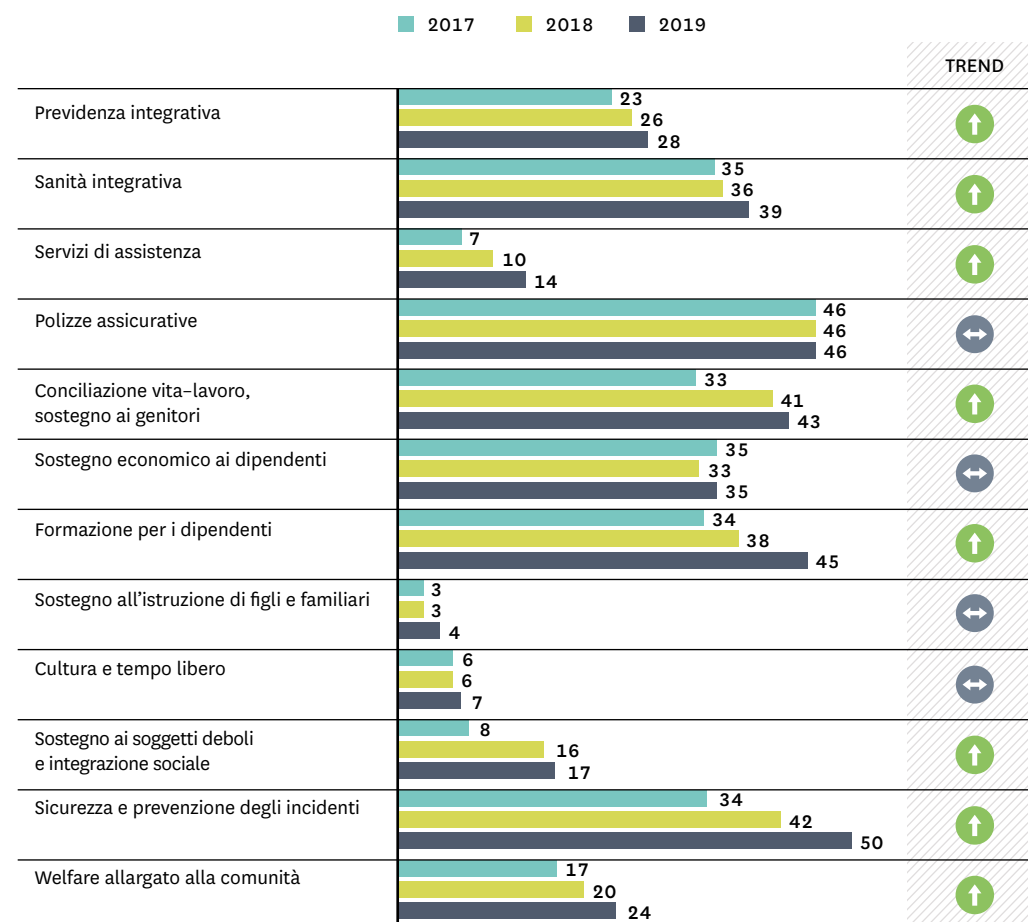


* Non considerate le iniziative obbligatorie

Le figure 12 e 13 rappresentano il tasso di iniziativa nelle dodici aree, e l'evoluzione avvenuta negli ultimi tre anni. Per tasso di iniziativa intendiamo la percentuale di imprese che hanno attuato almeno una iniziativa nell'area in questione. Nell'appendice "Le aree del welfare aziendale" descriviamo i servizi e le attività che sono comprese in ogni area e la percentuale di aziende che le hanno attuate.

Fig. 13 – Variazioni del tasso di iniziativa per aree del welfare aziendale

COMPARAZIONE E CLASSIFICAZIONE OMOGENEA DELLE AREE DI WELFARE - QUOTE %



Note

1. Sono considerate tutte le iniziative aziendali: volontarie, da contratto integrativo e in applicazione del CCNL.
2. Classificazione omogenea: per confrontare i dati delle ultime tre edizioni essi sono stati uniformati mantenendo solo gli item presenti in tutte le rilevazioni e riclassificando i dati 2017 e 2018 come da classificazione 2019.

Le iniziative che abbiamo rilevato sono attuate sia in applicazione dei contratti collettivi nazionali, sia in modo autonomo, a seguito di un accordo integrativo o su iniziativa unilaterale dell'impresa. Nella figura 12 le barre più scure si riferiscono al tasso di iniziativa totale, comprensivo anche delle iniziative adottate in applicazione dei CCNL; le barre color azzurro si riferiscono invece alle sole iniziative aziendali autonome.

Sicurezza e prevenzione, sanità integrativa e previdenza integrativa sono le aree più classiche del welfare, fortemente regolate dalle leggi e dai contratti. Queste aree, tra le più rilevanti per tasso di iniziativa, mantengono un elevato trend di crescita. Le polizze per la protezione dei dipendenti (principalmente assicurazioni contro gli infortuni e sulla vita) e le iniziative di sostegno economico (dai pasti ai trasporti, dalle facilitazioni per gli alloggi ai sostegni per il credito...) sono le aree più mature e consolidate, con tassi di iniziativa molto rilevanti e un andamento stabile.

Le aree della conciliazione vita e lavoro e della formazione ai dipendenti, anch'esse molto rilevanti per tasso di iniziativa, sono le più dinamiche. Sono gli ambiti di maggiore crescita per la spinta delle imprese e della contrattazione aziendale alla ricerca di modelli più flessibili di organizzazione del lavoro, di sostegni alla genitorialità e alla cura dei figli, e per l'impegno a sostenere con la formazione la qualificazione delle risorse aziendali. La formazione è l'area con il maggior tasso

Le aree della conciliazione vita e lavoro e della formazione ai dipendenti sono gli ambiti di maggiore crescita per la spinta delle imprese.

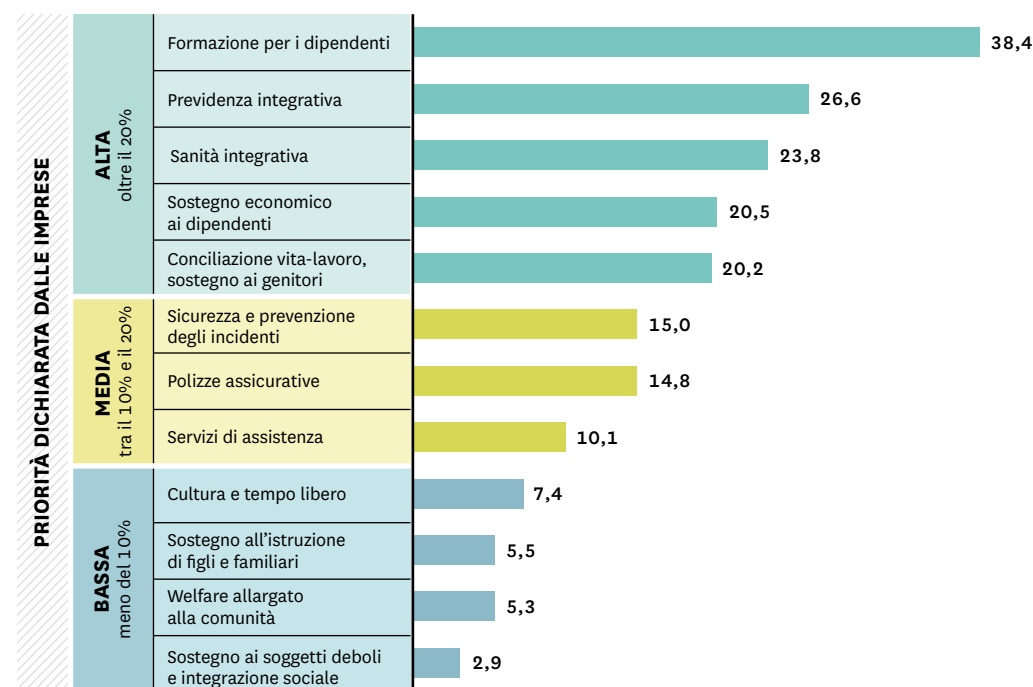
di iniziativa aziendale autonoma, e inoltre è indicata dalle imprese come prioritaria per lo sviluppo futuro (figura 14).

Un ulteriore gruppo è costituito da aree non mature, con tassi di iniziativa non elevati ma in forte crescita: i servizi di assistenza (attività di prevenzione, sportelli medici, assistenza agli anziani...), il sostegno ai soggetti deboli e l'integrazione sociale (di particolare importanza nelle aree di forte immigrazione), il welfare allargato alla comunità (un ventaglio molto ampio di progetti nel territorio e di servizi aperti all'utenza esterna). Infine le aree con i tassi di iniziativa più limitati e che faticano a crescere: la cultura e il tempo libero, il sostegno all'istruzione dei figli.

La figura 15 analizza la diffusione delle attività di welfare per settore produttivo. Le differenze non sono particolarmente significative. L'industria e il terzo settore hanno in molte aree tassi di iniziativa superiori alla media, con una particolare propensione del terzo settore nel sostegno ai soggetti deboli e integrazione sociale, nella conciliazione vita - lavoro, nella formazione. Rilevante è l'impegno degli studi e servizi professionali nella sanità integrativa, nella conciliazione vita - lavoro, nella formazione. La composizione dei lavoratori per generi, età e livelli di istruzione influenza significativamente il welfare aziendale, come appare in figura 16. La quota di aziende molto attive nel welfare, che nella media generale è del 19,6%, supera il 25% nelle aziende che hanno più della metà dei dipendenti donne; supera il 24% nelle aziende con più della metà sotto i 35 anni; e sfiora il 28% nelle aziende con più della metà laureati.

Fig. 14 – Aree indicate come prioritarie nello sviluppo di nuovi servizi di welfare aziendale

MASSIMO 3 RISPOSTE (QUOTE %)



Nel 2016 la prima edizione di Welfare Index PMI fotografò un movimento nella sua fase iniziale, ancora immaturo. Le imprese attive erano poco numerose e perlopiù di grande dimensione. L'edizione 2019 mostra quale evoluzione sia avvenuta da allora. Si è rotta la barriera dimensionale e le PMI - comprese molte microimprese - sono divenute protagoniste nella diffusione del welfare aziendale. Abbiamo visto come le imprese più attive, il 19,6% del totale, sono molto cresciute nella consapevolezza dei propri obiettivi sociali e appaiono in grado di gestire politiche di welfare aziendali coerenti e conseguentemente efficaci sia per quanto riguarda la soddisfazione dei lavoratori sia per l'impatto sui risultati aziendali. Quella quota percentuale, proiettata sull'universo delle PMI, significa che oggi le imprese con un buon livello di maturità nel welfare aziendale sono circa 126.000, in tutti i settori e di tutte le classi dimensionali. Questa maturità

Fig. 15 – **Tassi di iniziativa per settori produttivi**

	MEDIA GENERALE	Industria	Commercio e Servizi	Studi e Servizi profess.	Artigianato	Agricoltura	Terzo settore
TASSO DI INIZIATIVA GENERALE (%)							
Imprese non attive / in fase iniziale (fino a 3 aree)	54,1	47,7	53,7	56,9	61,4	58,2	33,5
Imprese attive (almeno 4 aree)	45,9	52,3	46,3	43,1	38,6	41,8	66,5
Imprese molto attive (almeno 6 aree)	19,6	24,7	18,2	17,2	12,9	20,3	39,1
TASSO DI INIZIATIVA PER AREA (% imprese con almeno una iniziativa)							
Previdenza integrativa	27,6	35,2	27,1	30,0	23,6	24,0	25,1
Sanità integrativa	38,6	47,3	41,7	49,5	29,3	26,7	45,8
Servizi di assistenza	13,8	13,8	15,3	15,7	23,7	8,8	23,4
Polizze assicurative	46,0	62,8	39,5	23,7	55,1	41,9	42,4
Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori	43,3	38,7	49,3	50,3	37,6	36,7	55,0
Sostegno economico ai dipendenti	34,7	42,3	34,6	31,6	26,6	44,5	43,6
Formazione per i dipendenti	45,3	44,7	44,7	52,3	31,6	38,0	59,4
Sostegno all'istruzione di figli e familiari	4,2	5,6	4,1	6,4	4,0	2,2	5,7
Cultura e tempo libero	6,8	7,5	8,7	9,3	2,7	3,8	13,1
Sostegno ai soggetti deboli e integrazione sociale	17,1	20,0	12,9	10,3	10,8	28,5	45,5
Sicurezza e prevenzione degli incidenti	50,2	54,3	47,8	43,3	49,2	53,2	54,4
Welfare allargato alla comunità	24,0	18,9	22,6	15,7	19,3	32,8	57,2

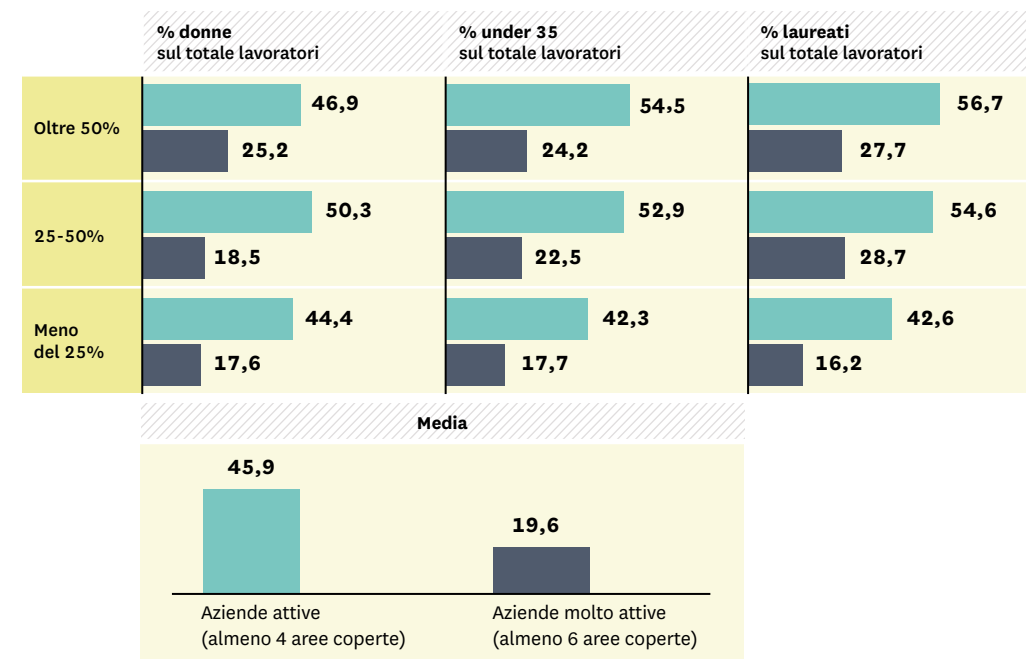
delle imprese più attive permette di affrontare una nuova fase di diffusione della cultura del welfare aziendale, basata sul protagonismo delle imprese. Come vedremo nel terzo capitolo, dedicato all'esame dei fattori di successo, la conoscenza del welfare aziendale è ancora poco diffusa: solamente il 26,7% delle imprese ne ha una conoscenza precisa sotto il profilo normativo. L'altro fattore critico è la necessità di aiutare le piccole imprese a uscire dall'isolamento. Solamente l'8% di esse utilizza alleanze e servizi associativi o altri servizi comuni per realizzare le iniziative di welfare. Occorre dunque promuovere la conoscenza e favorire le alleanze.

La conoscenza del welfare aziendale è ancora poco diffusa: solamente il 26,7% delle imprese ne ha una conoscenza precisa sotto il profilo normativo.

Il 54,1% delle PMI si trova nella fase iniziale del welfare aziendale. Aiutarle a sviluppare la propria iniziativa è l'obiettivo del nuovo ciclo che Welfare Index PMI intende promuovere incontrandole nel territorio, mettendo in primo piano la testimonianza delle imprese più attive, offrendo strumenti di informazione e conoscenza e servizi di supporto.

Fig. 16 – **Ampiezza del welfare per composizione della popolazione aziendale**

QUOTE %



2 Politiche aziendali e coinvolgimento dei lavoratori

Per quali scopi le imprese attuano iniziative di welfare?

Si tratta di un mix di obiettivi aziendali, tra i quali due appaiono di maggiore importanza: il miglioramento della soddisfazione dei lavoratori e del clima interno, considerato obiettivo principale nel 42% dei casi; l'incremento della produttività del lavoro, considerato principale da poco meno di un terzo delle imprese (figura 17). Nel primo caso possiamo dire che l'azienda

La gestione del clima può essere considerato uno strumento di management per l'attuazione degli obiettivi aziendali.

considera il welfare principalmente come una leva di people caring, nel secondo che prevale un orientamento strategico ai risultati del business. Ma evidentemente i due obiettivi convergono: anche la gestione del clima, infatti, può essere considerato uno strumento di management per l'attuazione degli obiettivi aziendali.

Gli altri scopi sono secondari o funzionali ai due principali: il contenimento del costo del lavoro grazie ai vantaggi fiscali concessi dalla normativa del welfare, la fidelizzazione dei lavoratori (fortemente correlata alla soddisfazione), il miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale. L'importanza attribuita agli obiettivi del welfare aziendale è molto stabile nel tempo. L'unica variazione significativa è una graduale crescita di importanza dell'obiettivo della produttività: a mano a mano che si consolida l'esperienza del welfare aziendale cresce anche la consapevolezza della sua concreta utilità per l'impresa.

Le imprese più attive attribuiscono un'importanza superiore alla media all'obiettivo della soddisfazione dei lavoratori e del miglioramento del clima (figura 18).

La figura 19 ci permette di considerare come si differenziano gli obiettivi del welfare aziendale per settori e per classi dimensionali. L'obiettivo di migliorare la soddisfazione dei lavoratori è largamente prevalente nel

Fig. 17 – **Obiettivi del welfare aziendale per l'impresa**

QUOTE %

Nella scelta di attuare iniziative di welfare aziendale, qual è il principale obiettivo della sua impresa?

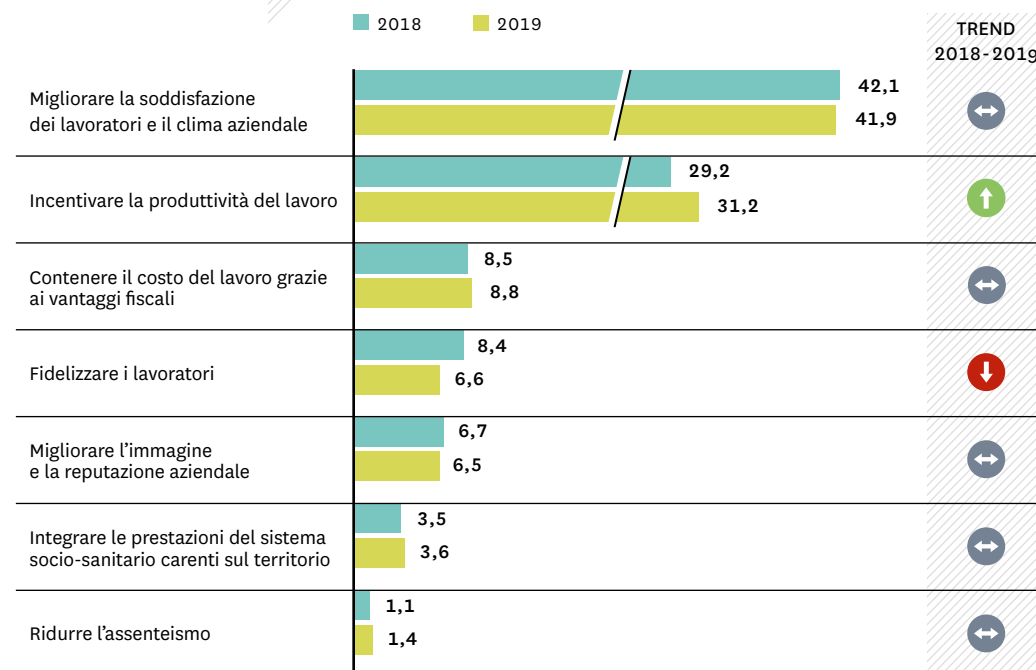


Fig. 18 – **Obiettivi del welfare aziendale per ampiezza del welfare aziendale**

NELLA SCELTA DI ATTUARE INIZIATIVE DI WELFARE AZIENDALE, QUAL È IL PRINCIPALE OBIETTIVO DELLA SUA IMPRESA?

QUOTE %

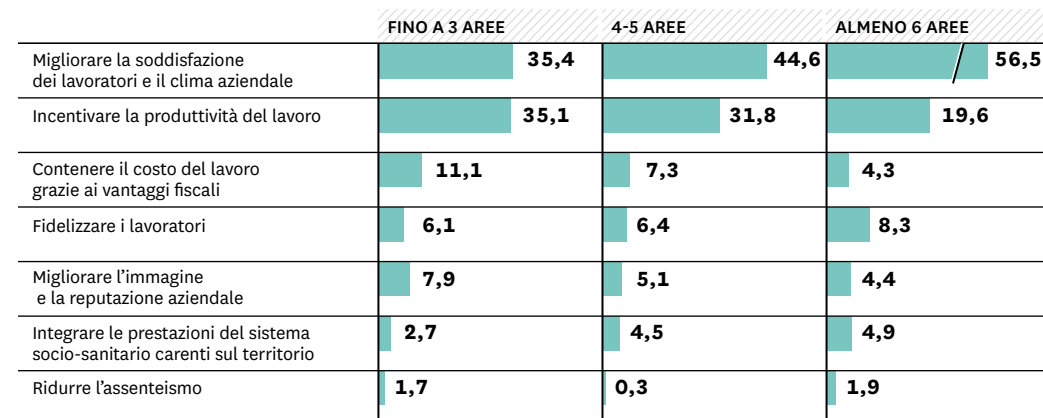


Fig. 19 – **Obiettivi del welfare aziendale per settori e classi dimensionali**

NELLA SCELTA DI ATTUARE INIZIATIVE DI WELFARE AZIENDALE, QUAL È IL PRINCIPALE OBIETTIVO DELLA SUA IMPRESA?

QUOTE %

	SETTORE			SETTORE			CLASSE DIMENSIONALE				
	Industria	Commercio e Servizi	Studi e Servizi profess.	Artigianato	Agricoltura	Terzo settore	Meno di 10	11-50	51-100	101-250	251-1.000
Migliorare la soddisfazione dei lavoratori e il clima aziendale	43,6	44,3	47,7	32,0	41,1	49,5	39,8	42,8	56,3	52,2	57,2
Incentivare la produttività del lavoro	33,4	25,5	25,3	40,2	38,7	7,7	33,8	29,5	18,8	23,5	18,4
Contenere il costo del lavoro grazie ai vantaggi fiscali	9,4	9,6	8,8	12,5	3,9	4,6	7,9	10,0	8,9	5,6	8,1
Fidelizzare i lavoratori	6,5	8,8	6,7	5,0	4,1	5,5	6,8	6,3	6,4	8,1	8,6
Migliorare l'immagine e la reputazione aziendale	4,3	7,7	7,8	8,3	4,5	4,8	7,0	6,2	3,7	4,9	3,3
Integrare le prestazioni del sistema socio-sanitario carenti sul territorio	1,9	2,7	3,2	0,3	5,7	27,5	3,5	3,7	3,1	3,5	2,5
Ridurre l'assenteismo	1,0	1,4	0,6	1,7	2,0	0,5	1,3	1,4	2,8	2,1	1,9

terzo settore e negli studi professionali, oltre che, in generale, nelle imprese con un maggior numero di addetti. La gestione del consenso interno è una esigenza più avvertita nelle organizzazioni di maggiore dimensione. L'aumento della produttività è l'obiettivo principale soprattutto nelle imprese artigiane, e inoltre nell'industria e nell'agricoltura.

Possiamo considerare del tutto superata la barriera che sino a pochi anni fa separava il welfare complementare collettivo, oggetto dei contratti nazionali di categoria, dal welfare aziendale.

In questi anni il welfare aziendale si è affermato come uno dei temi più importanti nella negoziazione sindacale a tutti i livelli, da quella collettiva nazionale a quella integrativa, locale e aziendale. Possiamo considerare del tutto superata la barriera che sino a pochi anni fa separava il welfare complementare collettivo, oggetto dei contratti nazionali di categoria (i quali hanno istituito i fondi bilaterali per la gestione della previdenza e della sanità integrativa) dal welfare aziendale. La normativa fiscale

introdotta nel 2016, equiparando le fonti costitutive del welfare aziendale, ha favorito questa evoluzione. Le analisi dell'OCSEL, l'osservatorio CISL sulla contrattazione di secondo livello, ci aiutano a comprenderla: si vedano i dati esposti nelle figure 20 e 21. Confrontando il biennio 2016-17 con il precedente, il welfare è cresciuto più di ogni altro tema, divenendo

la terza materia di negoziazione, in ordine di importanza, dopo il salario e gli accordi per le ristrutturazioni o la gestione di crisi. I contratti comprendenti misure di welfare sono cresciuti dal 18% al 27% del totale. Si tratta di numerose iniziative: dai servizi aziendali e le convenzioni, presenti nel 63% dei casi (spese scolastiche, mense, trasporti, facilitazioni per altre spese), ai fondi previdenziali e sanitari (49%), a miglioramenti delle norme che regolano il lavoro relativamente a congedi e permessi, genitorialità, malattie e infortuni (23% dei casi). Questo trend è proseguito nel 2018, come indicano le informazioni diffuse dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali: al 14 febbraio 2019, i contratti integrativi che prevedono misure di welfare aziendale sono il 51,3% del totale (il dato si riferisce ai contratti attivi, ovvero quelli il cui il periodo di validità comprende il mese di febbraio 2019).

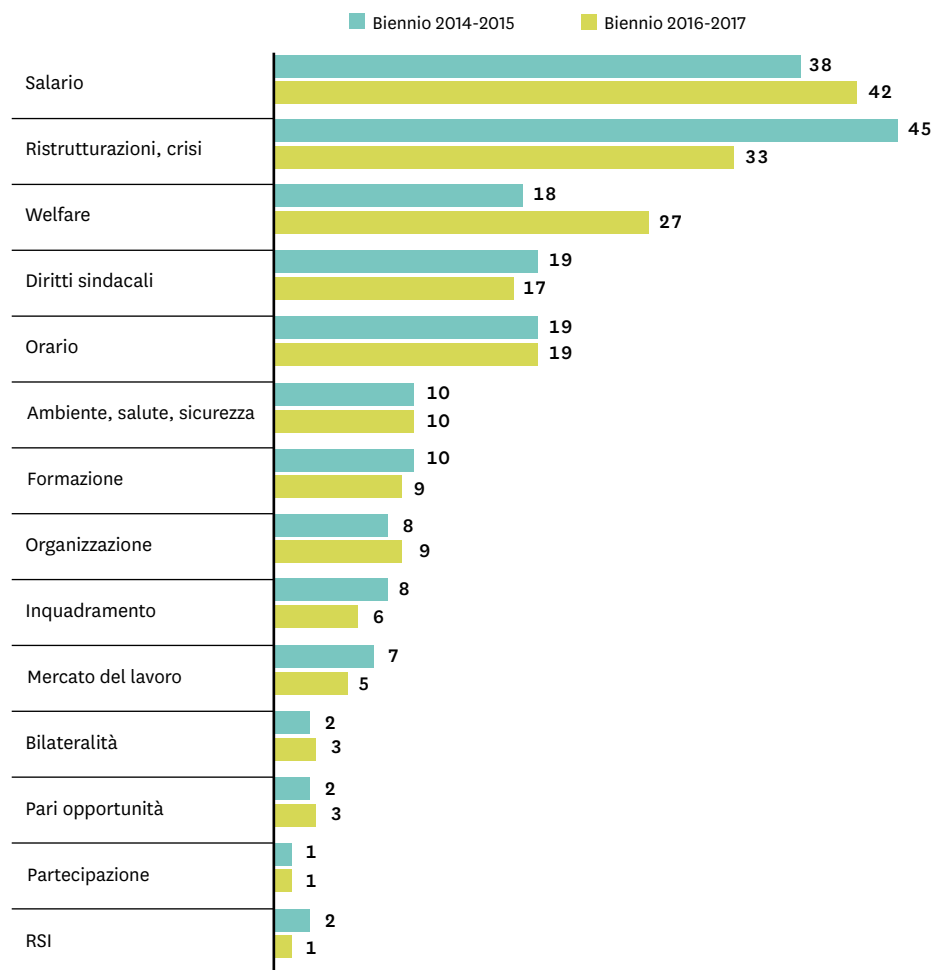
I contratti comprendenti misure di welfare sono cresciuti dal 18% al 27% del totale.

La nostra indagine conferma l'accresciuta importanza del welfare aziendale negli accordi sindacali, e soprattutto indica la complementarità che si va sviluppando tra la negoziazione e le iniziative volontarie delle imprese.

Osserviamo anzitutto l'applicazione dei contratti collettivi nazionali (figure 22 e 23). Uno dei problemi principali è la comunicazione molto

Fig. 20 – **Frequenza delle materie nella contrattazione di secondo livello**

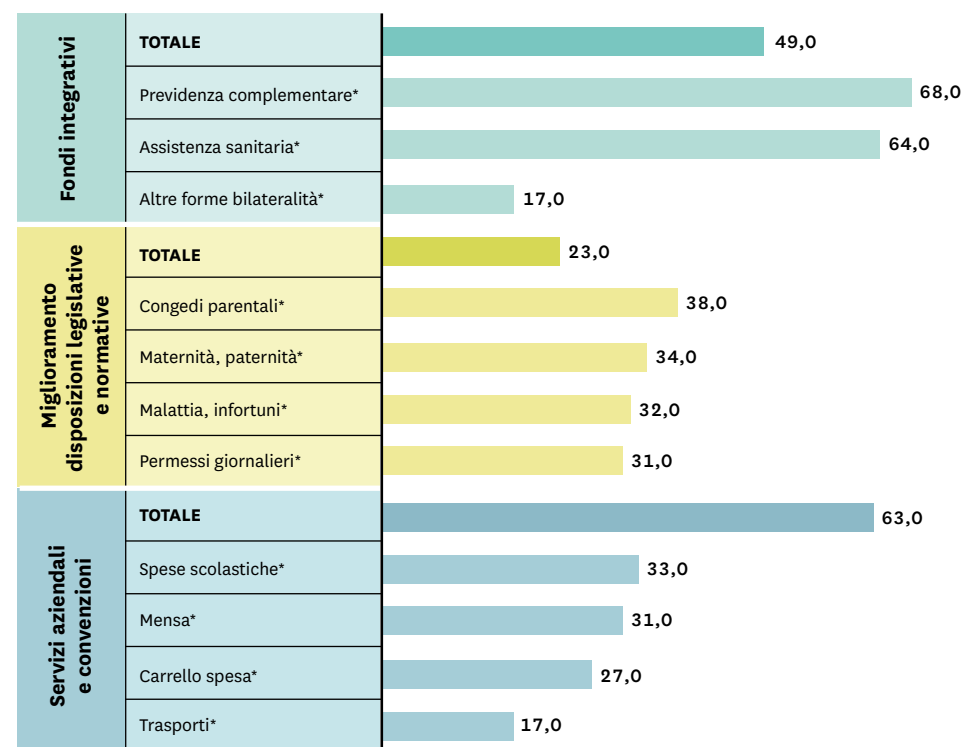
PERCENTUALE SUGLI ACCORDI SOTTOSCRITTI NEI RELATIVI ANNI



Fonte: CISL Nazionale, OCSEL

Fig. 21 – **La regolamentazione del welfare nella contrattazione di secondo livello**

PERCENTUALE SUGLI ACCORDI CHE REGOLANO IL WELFARE - BIENNIO 2016-2017



Fonte: CISL Nazionale, OCSEL

Nota: (*) Percentuali calcolate fatto 100% gli accordi che prevedono almeno una iniziativa in quell'ambito

Fig. 22 – **Applicazione di un CCNL da parte dell'impresa**

QUOTE %

- CCNL non applicato
- CCNL applicato

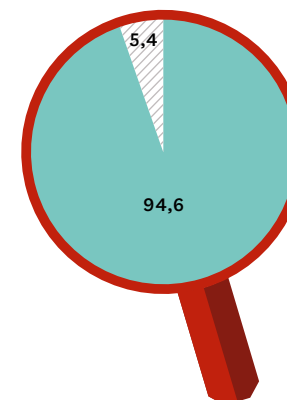
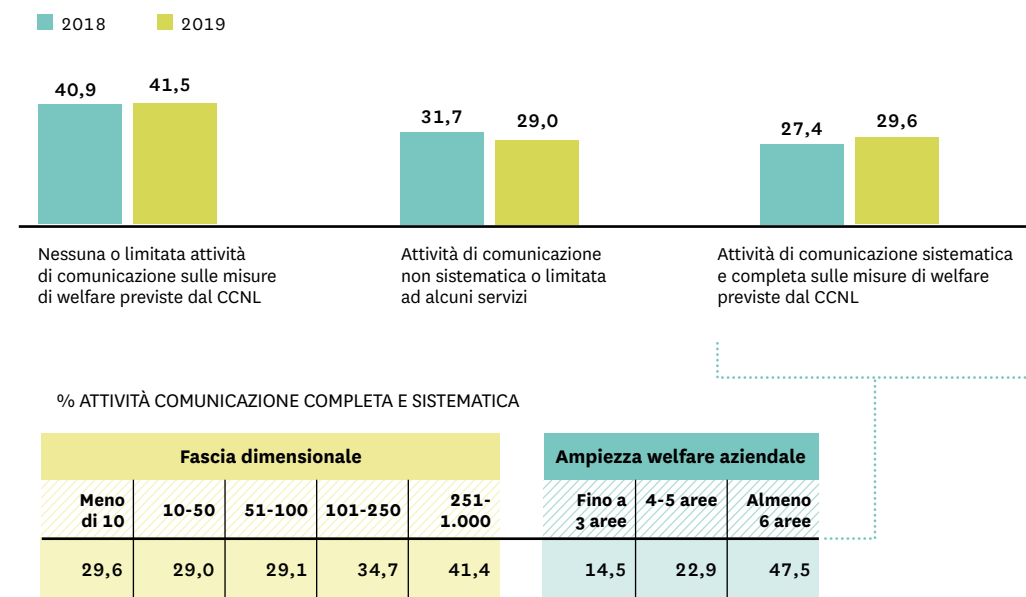


Fig. 23 – **Intensità della comunicazione svolta dall'impresa sulle misure di welfare aziendale previste dal CCNL**

QUOTE %



limitata sulle misure di welfare previste dai contratti: essa è sistematica e completa solamente nel 29,6% dei casi, del tutto assente nel 41,5%. La cura da parte dell'impresa della comunicazione sulle norme contrattuali è fondamentale per l'efficacia delle misure di welfare. Lo dimostra il fatto che la quota di imprese che comunicano di più e meglio è del 47,5% tra le più attive (in almeno sei aree del welfare aziendale), mentre

scende al 14,5% tra le meno attive (fino a tre aree). Certamente le imprese più piccole incontrano su questo aspetto maggiori difficoltà, non disponendo di strutture e competenze dedicate. Ciò nonostante il loro impegno in questi anni è cresciuto: le imprese che comunicano sistematicamente ai lavoratori le norme contrattuali per il welfare sono il 29% nella fascia sotto i 100 addetti, contro il 41,4% delle imprese medio-grandi.

La comunicazione sulle misure di welfare previste dai contratti è sistematica e completa solamente nel 29,6% dei casi, del tutto assente nel 41,5%.

Fig. 24 – **Applicazione della contrattazione integrativa da parte dell'impresa**

QUOTE %

	QUOTE %	Fascia dimensionale					Ampiezza	
		Meno di 10	10-50	51-100	101-250	251-1.000	Meno di 6 aree	Almeno 6 aree
Contratto integrativo aziendale	6,6	3,7	6,9	20,8	32,4	51,6	5,6	11,8
Contratto integrativo territoriale / inter-aziendale	5,4	2,4	8,1	8,3	9,1	14,6	4,7	2,8
Regolamento aziendale	12,9	10,3	14,8	21,0	21,7	18,1	5,5	23,9
Totale contratto secondo livello / Regolamento	22,8	15,2	27,5	42,9	55,6	72,7	16,0	38,5

Fig. 25 – **Contenuti dei contratti integrativi**

BASE: IMPRESE CHE APPLICANO UN CONTRATTO DI SECONDO LIVELLO / UN REGOLAMENTO - QUOTE %

Il contratto integrativo / regolamento adottato dalla sua azienda...



Al di là dei CCNL, la contrattazione di secondo livello raggiunge le piccole imprese in modo molto limitato (figure 24 e 25). I contratti integrativi aziendali sono presenti nel 51,6% delle aziende medio-grandi (tra 250 e 1.000 addetti) ma la media delle PMI è molto più bassa: 6,6%. A questa quota si aggiunge un 5,4% di realtà che applicano contratti integrativi territoriali o interaziendali. Più numerose sono le imprese che adottano iniziative di welfare attraverso un regolamento aziendale: 12,9%. Com'è noto, la legge equipara il regolamento alle fonti negoziali. Complessivamente le imprese con accordi di secondo livello o con regolamenti di welfare sono il 22,8% (ma 72,7% nelle medio-grandi, 15,2% nelle più piccole). Questi accordi e regolamenti prevedono nel 46,8% dei casi servizi di welfare aziendale, e nel 53,4% introducono premi di risultato a favore dei lavoratori.

Il tasso di proattività aziendale è aumentato negli ultimi due anni, passando dal 58,3% al 66,2%.

Nell'analizzare il comportamento di welfare delle imprese, oltre agli obiettivi aziendali e al tasso di attività (misurato come numero di iniziative attuate), possiamo considerare la proattività dell'impresa nel welfare aziendale, ovvero l'adozione di misure autonome, indipendenti o aggiuntive rispetto a quelle

previste dal CCNL. Mentre un terzo delle imprese si limitano ad applicare le misure previste dai contratti nazionali, due terzi adottano misure proprie, in modo unilaterale o regolato da contratti integrativi e regolamenti. Come si può osservare nella figura 26, il tasso di proattività aziendale è aumentato negli ultimi due anni, passando dal 58,3% al 66,2%.

La figura 27 ci offre una rappresentazione della complessità del welfare aziendale per quanto riguarda le fonti istitutive, e della positiva complementarietà delle fonti. Sotto questo aspetto possiamo suddividere il welfare aziendale in tre macroaree. Un primo gruppo è costituito dalle aree classiche del welfare complementare: la sanità, la previdenza integrativa, i servizi di assistenza. In queste prevale l'applicazione delle misure previste dai CCNL, pur se è divenuta rilevante (soprattutto nei servizi di assistenza) l'iniziativa aziendale a integrazione di quella collettiva, in forma sia unilaterale sia di accordi e regolamenti. Il secondo gruppo è costituito dalle aree di welfare in cui le iniziative aziendali volontarie hanno una incidenza pressoché equivalente a quelle previste dai contratti collettivi: polizze assicurative, programmi di sicurezza e prevenzione, regole organizzative e servizi per la conciliazione vita e lavoro e per il sostegno alla genitorialità. Fa parte di questo gruppo anche l'area del sostegno all'istruzione dei figli, ma si differenzia per il peso importante che in essa hanno assunto gli accordi integrativi e i regolamenti. Infine le aree di welfare in cui prevale largamente l'iniziativa volontaria delle imprese: il sostegno ai soggetti deboli e per l'integrazione sociale, il sostegno economico ai dipendenti,

Fig. 26 – Proattività delle decisioni di welfare aziendale

QUOTE %

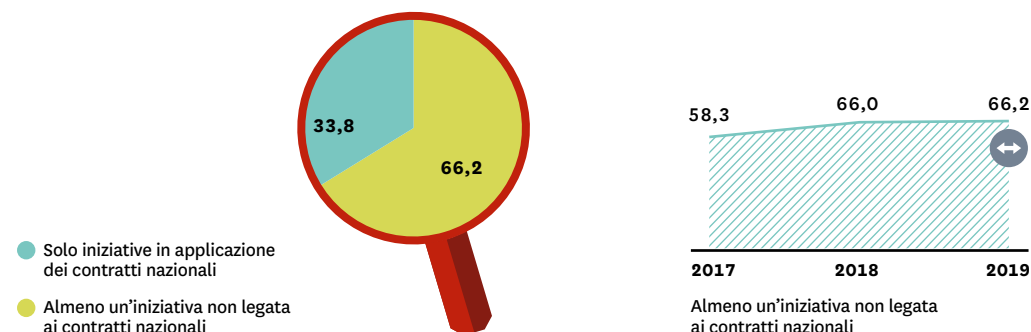
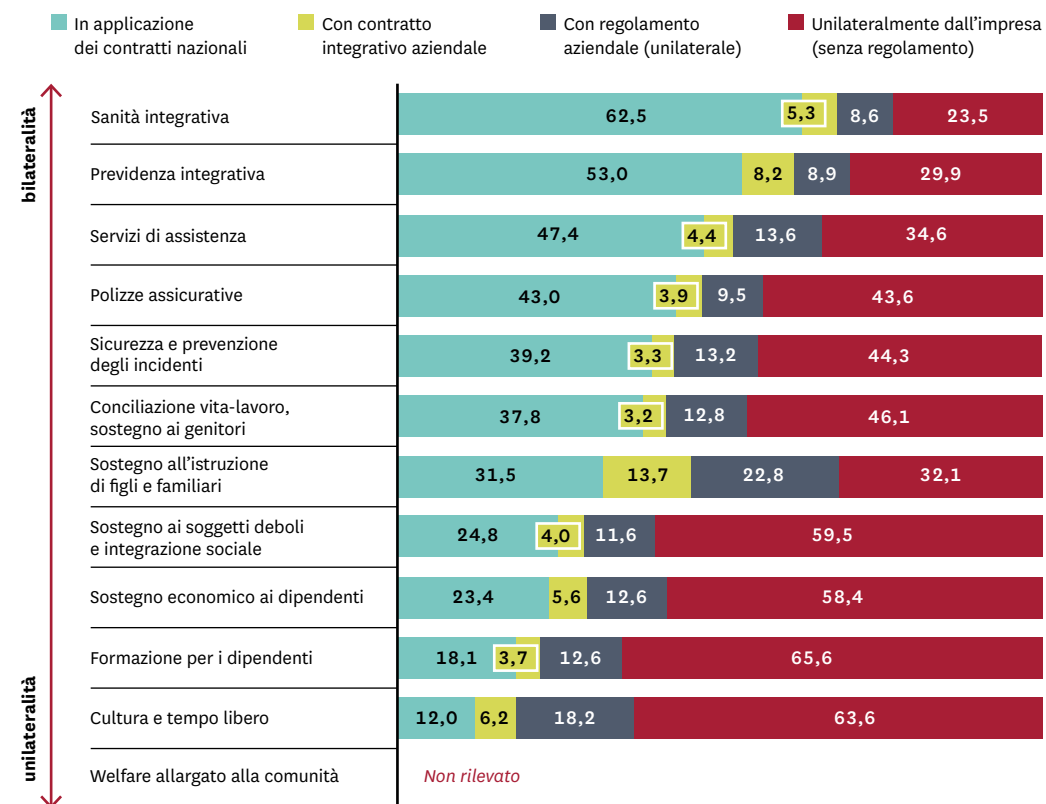


Fig. 27 – Le aree di welfare negoziale e unilaterale

BASE: IMPRESE CON ALMENO UNA INIZIATIVA NELL'AREA - QUOTE %



le attività di formazione, le iniziative per la cultura e il tempo libero, le iniziative di welfare allargato alla comunità. Anche in queste aree è rilevante il contributo dato dalla negoziazione di secondo livello.

Al di là delle fonti - negoziale o volontaria - del welfare aziendale, il coinvolgimento delle rappresentanze dei lavoratori non è diffuso: solamente il 24,5% delle imprese tratta con i sindacati almeno per alcune aree del welfare aziendale, e su questo punto non si registrano variazioni negli ultimi anni (figura 28). Ciò si deve anche alla grande frammentazione del sistema delle piccole imprese, difficilmente raggiungibili dalle organizzazioni sindacali.

Le PMI prediligono un rapporto diretto con i lavoratori. Già nel primo capitolo abbiamo osservato quanto sia importante coinvolgerli per individuare i bisogni e per valorizzare le iniziative di welfare. Su questo punto la nostra indagine registra un'evoluzione molto significativa. Si

Fig. 28- Coinvolgimento dei sindacati nel welfare aziendale

QUOTE %

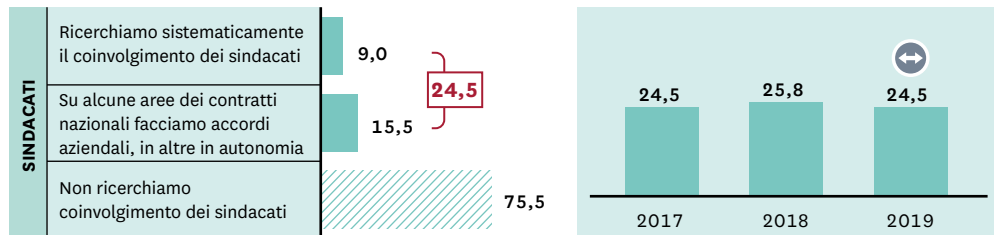


Fig. 29- Coinvolgimento dei lavoratori nel welfare aziendale

QUOTE %

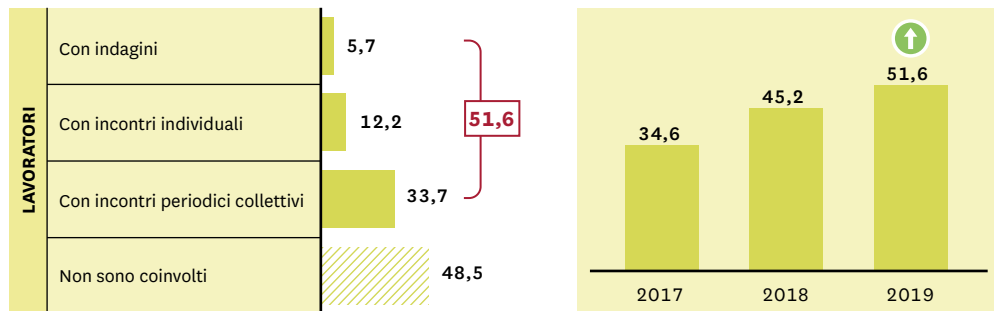


Fig. 30 - Il costo del welfare aziendale

QUOTE %

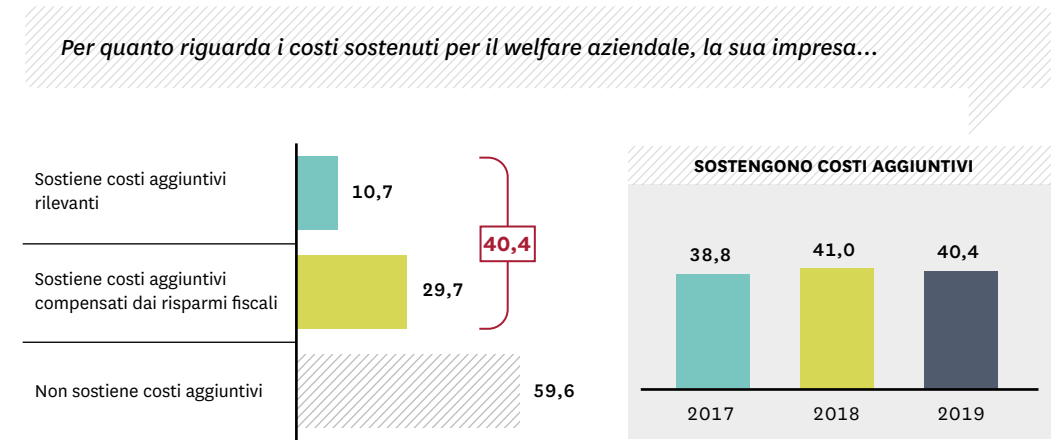
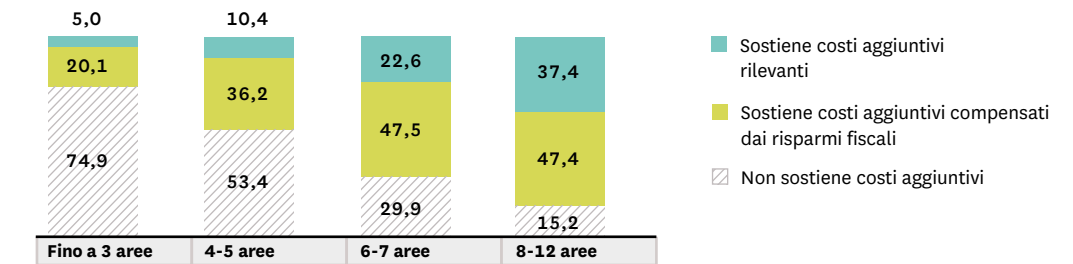


Fig. 31 - Il costo del welfare aziendale per ampiezza del welfare aziendale

PER QUANTO RIGUARDA I COSTI SOSTENUTI PER IL WELFARE AZIENDALE, LA SUA IMPRESA...

QUOTE %



veda la figura 29: la quota di imprese che attuano azioni di coinvolgimento è aumentata dal 34,6% nel 2017 al 51,6% nel 2019. Ciò avviene in molti modi: con incontri collettivi e, talvolta, con incontri individuali e con indagini. A nostro avviso questo è uno dei segnali più significativi della crescente consapevolezza delle imprese dell'importanza del welfare aziendale e di quali siano i modi per attuarlo in modo efficace.

La quota di imprese che attuano azioni di coinvolgimento è aumentata dal 34,6% nel 2017 al 51,6% nel 2019.

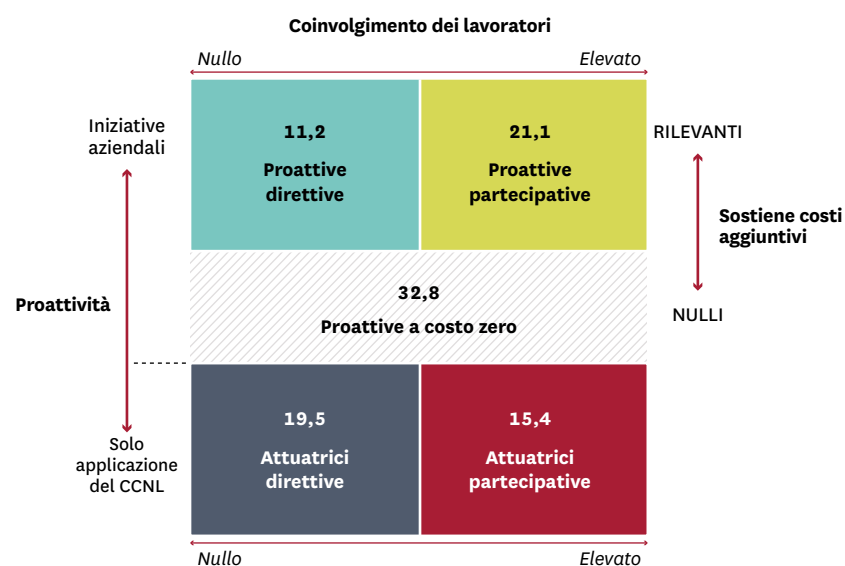
I costi per le iniziative di welfare aziendale non sono aumentati in modo rilevante. Negli ultimi due anni le imprese che sostengono costi aggiuntivi per il welfare sono passate mediamente dal 38,8% al 40,4% (figura 30), e di queste solamente il 10,7% sostengono costi rilevanti. Gli incentivi messi a disposizione dalla legge hanno avuto un ruolo decisivo nel rendere economicamente sostenibili le iniziative di welfare, infatti per due terzi delle imprese che hanno sostenuto costi aggiuntivi questi sono stati in buona parte compensati dai benefici fiscali.

La disponibilità a investire in welfare distingue più di ogni altro criterio le imprese più attive, come si può osservare nella figura 31. Il 70,1% delle imprese attive in sei o sette aree e l'84,8% di quelle attive in almeno otto aree sostengono costi aggiuntivi, e in quest'ultimo segmento il 37,4% delle imprese sostiene costi aggiuntivi rilevanti.

Proattività dell'azienda nell'attuare le iniziative, coinvolgimento dei lavoratori, disponibilità a sostenere costi aggiuntivi: sono questi i criteri, esaminati in questo capitolo, che distinguono le imprese più impegnate nel welfare aziendale.

Fig. 32 – **Profili di approccio al welfare aziendale**

SEGMENTAZIONE DELLE IMPRESE PER PROATTIVITÀ, COSTI SOSTENUTI, COINVOLGIMENTO DEI LAVORATORI
QUOTE %



Misurando questi criteri abbiamo segmentato le PMI in cinque segmenti, come appare nella figura 32, mentre nella successiva figura 33 ne mostriamo l'evoluzione quantitativa negli ultimi anni.

Proattive partecipative sono le imprese che attuano il welfare aziendale anche in modo autonomo, non limitandosi ad applicare le disposizioni dei contratti collettivi, che coinvolgono i lavoratori nella gestione delle iniziative, che accettano di sostenere costi aggiuntivi. Possono essere definite l'avanguardia del movimento. Sono il 21,1% delle imprese e la loro quota numerica si mantiene stabile, con una lieve riduzione relativa dovuta alla maggior crescita di altri profili.

Proattive direttive sono le imprese altrettanto impegnate, proattive e con disponibilità all'investimento, che tuttavia non praticano un effettivo coinvolgimento dei lavoratori. Sono un segmento poco numeroso (11,2%) anch'esso sostanzialmente stabile.

Proattive a costo zero sono il segmento più numeroso, costituito da circa un terzo delle imprese. Attuano anch'esse iniziative di welfare aggiuntive a quelle previste dal contratto collettivo nazionale, ma a differenza dei precedenti segmenti sostengono costi aggiuntivi molto limitati e in buona parte compensati dai vantaggi fiscali. Sono in forte aumento, dal 22,5% nel 2017 all'attuale 32,8%. Costituiscono la migliore dimostrazione dell'efficacia degli incentivi previsti dalla legge.

Le PMI proattive a costo zero sono il segmento più numeroso, costituito da circa un terzo delle imprese.

Attuatrici partecipative: sostanzialmente si limitano ad applicare le disposizioni dei contratti, pur con una buona capacità di coinvolgimento. Sono anch'esse in forte aumento nei due anni, dal 7,1% al 15,4%.

Attuatrici direttive, infine, sono le imprese che non coinvolgono i lavoratori e non attuano iniziative salvo quelle previste dai contratti. Il loro numero è in forte diminuzione, dal 34,7% nel 2017 al 19,5% nel 2019.

Per concludere l'esame dei profili aziendali, la figura 34 mostra la loro correlazione con l'ampiezza delle iniziative di welfare, utilizzando un indice a base zero. I profili delle proattive partecipative e, in misura minore, delle proattive direttive, caratterizzano fortemente i segmenti delle imprese più attive. Viceversa i profili delle attuatrici, tanto partecipative quanto direttive, sono maggiormente presenti nel segmento delle imprese meno attive.

Fig. 33 – **Il trend dei profili di approccio al welfare aziendale**

QUOTE %

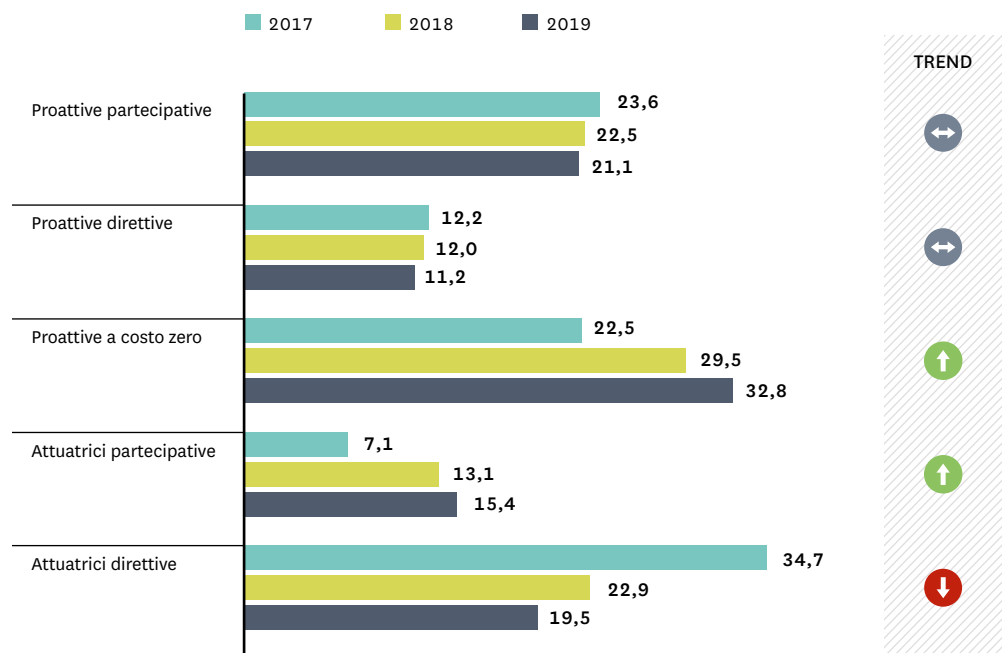
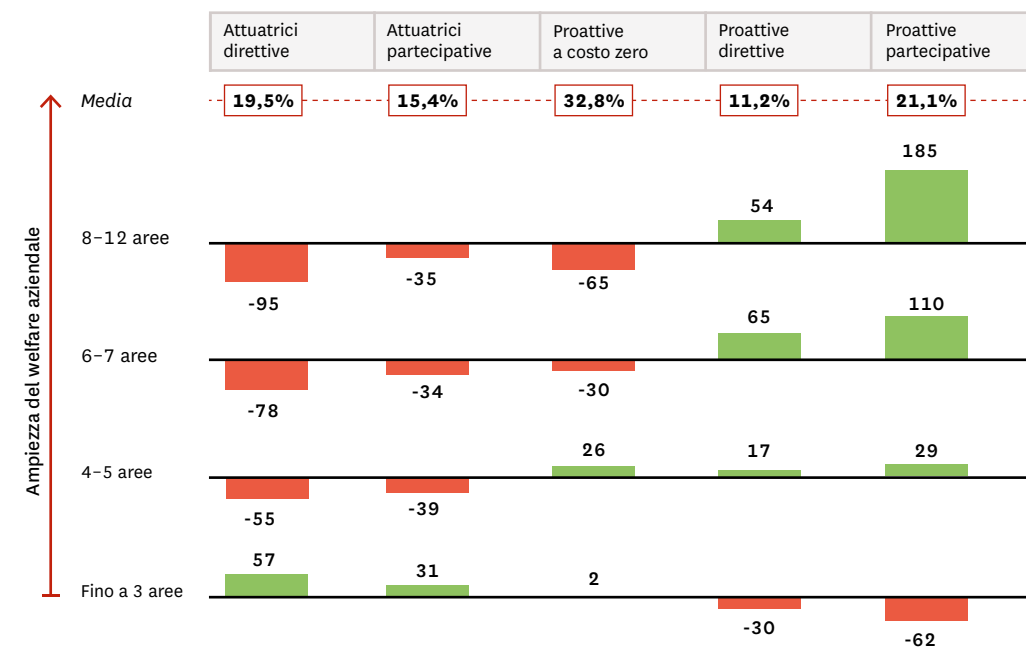


Fig. 34 – **Profili di approccio al welfare aziendale per ampiezza delle iniziative**

NUMERI INDICE SU BASE ZERO



3

Gli impatti del welfare aziendale e i fattori di successo

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 (soprattutto se le politiche di welfare sono gestite coinvolgendo la popolazione aziendale). Abbiamo inoltre osservato che le imprese più attive e coerenti nelle politiche di welfare ottengono impatti positivi sulla produttività e in generale sui risultati aziendali. Infine, un fattore critico per la possibilità delle piccole imprese di attuare iniziative di welfare in modo efficiente è il supporto che queste possono ricevere dalle associazioni e da servizi comuni, alleandosi con altre imprese.

Abbiamo definito la correlazione tra questi fattori il circolo virtuoso del welfare aziendale. Nella figura 35 lo rappresentiamo sinteticamente, evidenziando come in tutti i fattori sia in corso un trend di miglioramento, in alcuni casi molto sostenuto.

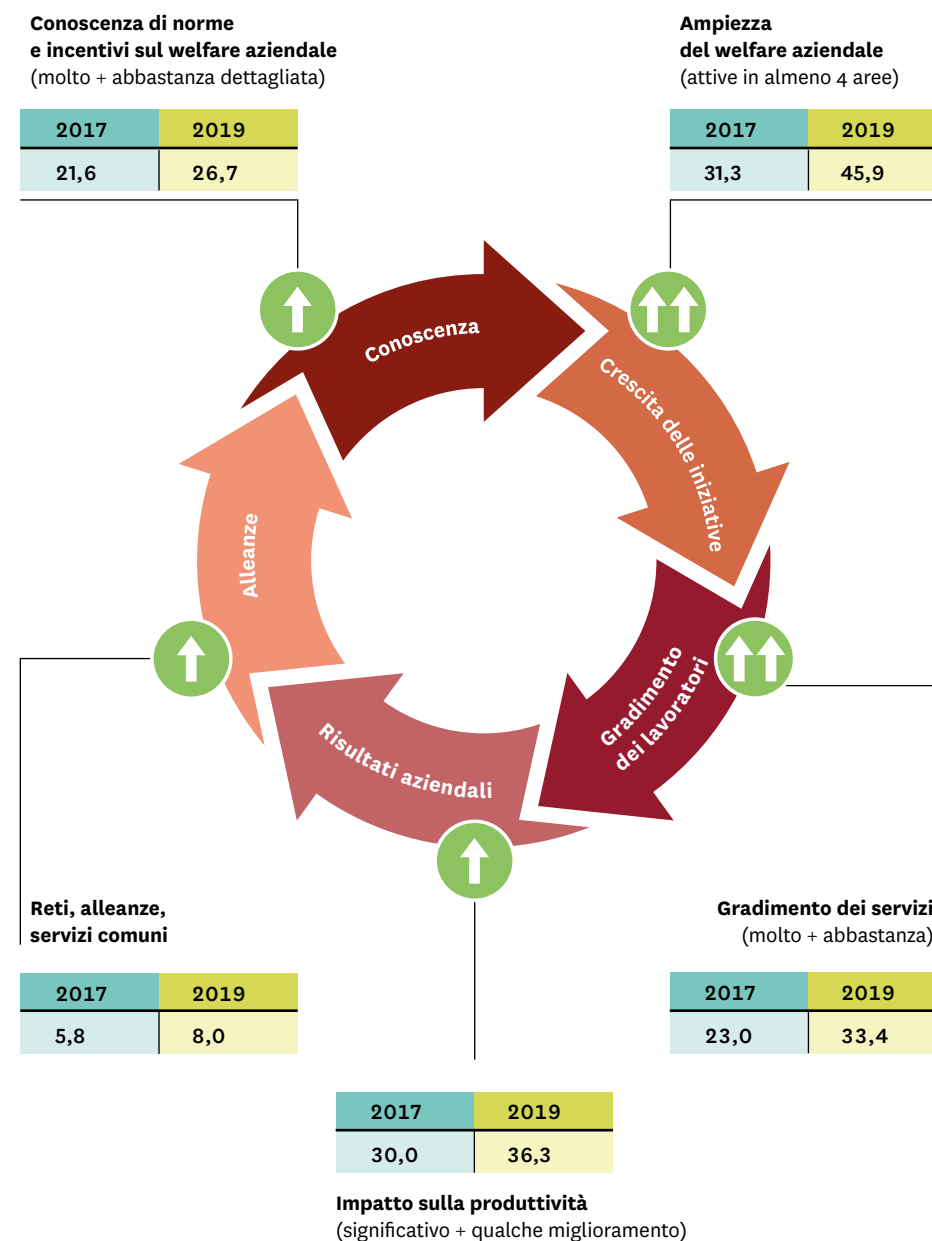
La conoscenza è un fattore determinante. Per le imprese non si tratta solo di acquisire le necessarie informazioni normative e tecniche sul welfare aziendale, ma anche di possedere le competenze professionali necessarie alla gestione delle iniziative. E questo è particolarmente difficile per le imprese di minori dimensioni, normalmente prive di risorse dedicate.

Le imprese che si ritengono in possesso di una conoscenza sufficientemente precisa sono solamente il 26,7%.

La situazione resta molto critica. Nella figura 36 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 inadeguato. La grande

maggioranza delle PMI, il 73,3%, restano prive delle conoscenze necessarie ad attuare con sufficiente competenza un progetto di welfare aziendale.

Fig. 35 – Il circolo virtuoso del welfare aziendale



Le successive figure, dalla 37 alla 40, rappresentano lo stato della conoscenza che le imprese hanno su due temi di particolare importanza: la possibilità di convertire i premi di risultato in welfare e i flexible benefit. Inoltre rappresentano il livello di utilizzo di queste opportunità da parte delle aziende. Il 58,4% delle imprese dichiara di essere a conoscenza delle norme sui premi di risultato; nel 2017 erano il 53,8%, dunque la crescita nei due anni è stata alquanto lenta. Ma la conoscenza di queste norme è approfondita solamente nel 13,2% dei casi. Nello stesso periodo, dal 2017 al 2019, l'utilizzo dei premi di produttività convertiti in welfare è molto aumentato: dal 4,1% al 15,9% delle imprese che ne sono a conoscenza. E un ulteriore 41,1% di queste si dichiara interessato e afferma che probabilmente utilizzerà in futuro questa opportunità. Per quanto riguarda i flexible benefit la conoscenza è ancora più limitata, ed è aumentata in questi anni dal 29,8% al 35,8%. L'utilizzo è aumentato dall'1% al 16,2% delle imprese che ne sono a conoscenza, e un ulteriore 45% di queste si dichiara interessato e afferma che probabilmente utilizzerà in futuro questa opportunità.

Dal 2017 al 2019, l'utilizzo dei premi di produttività convertiti in welfare è molto aumentato: dal 4,1% al 15,9% delle imprese che ne sono a conoscenza.

La correlazione tra la conoscenza e l'ampiezza delle iniziative di welfare aziendale è evidenziata dalla figura 41. 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.

Fig. 36 – **Conoscenza di norme e incentivi fiscali**

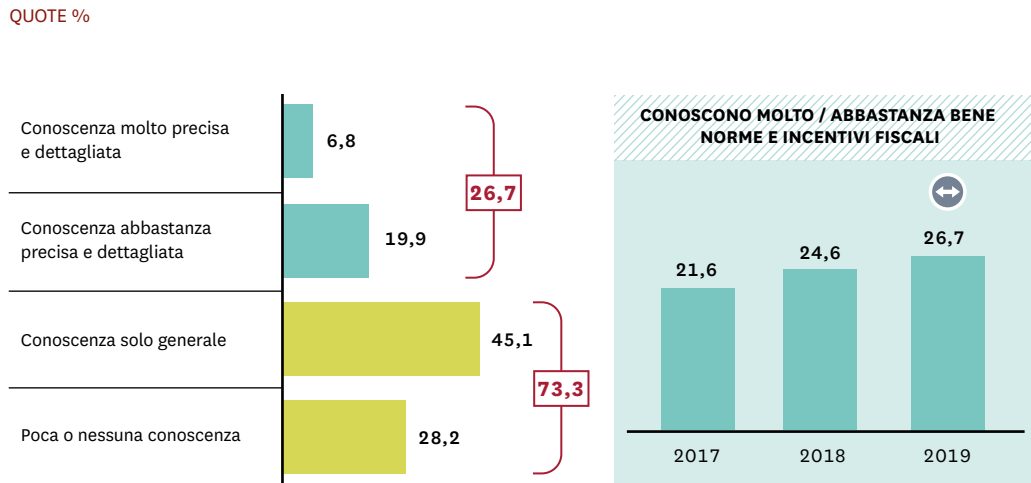


Fig. 37 – **Conoscenza dei premi di produttività convertiti in welfare**

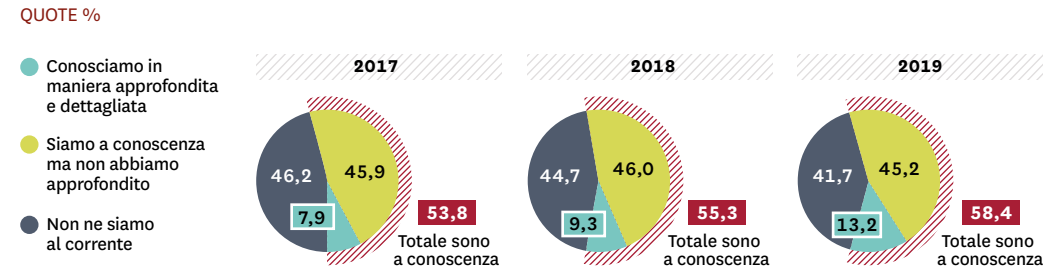


Fig. 38 – **Utilizzo dei premi di produttività convertiti in welfare**

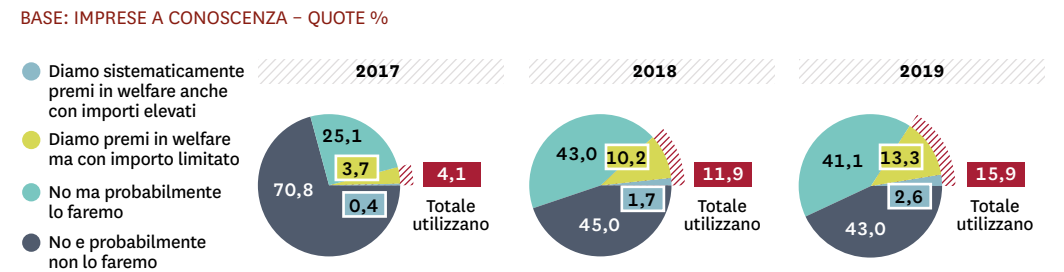


Fig. 39 – **Conoscenza dei flexible benefit**

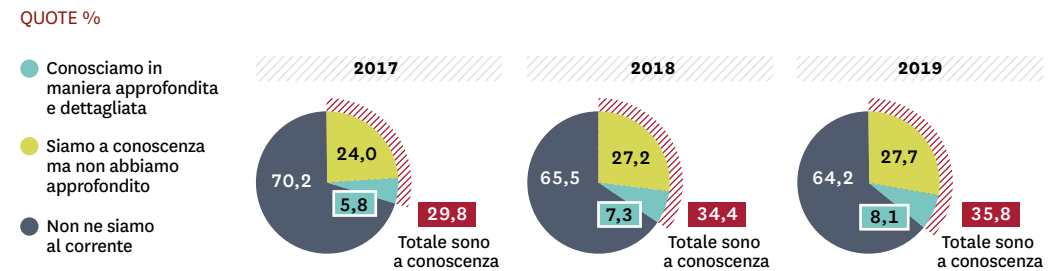


Fig. 40 – **Utilizzo dei flexible benefit**

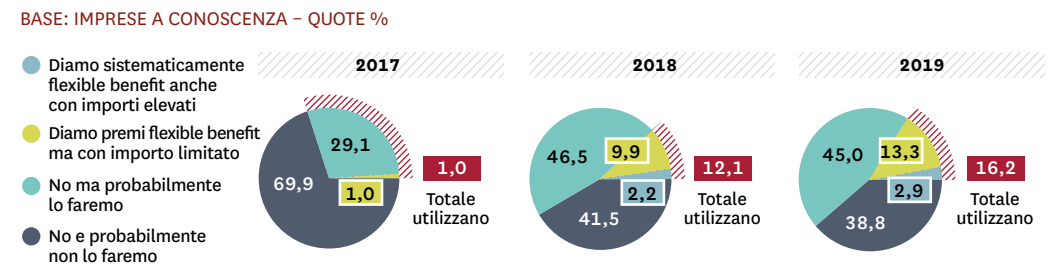
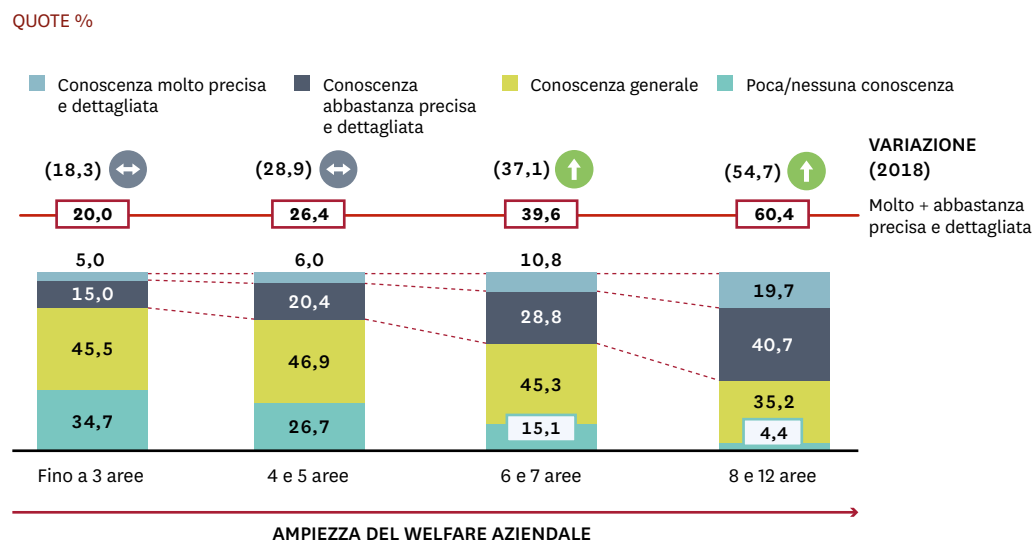
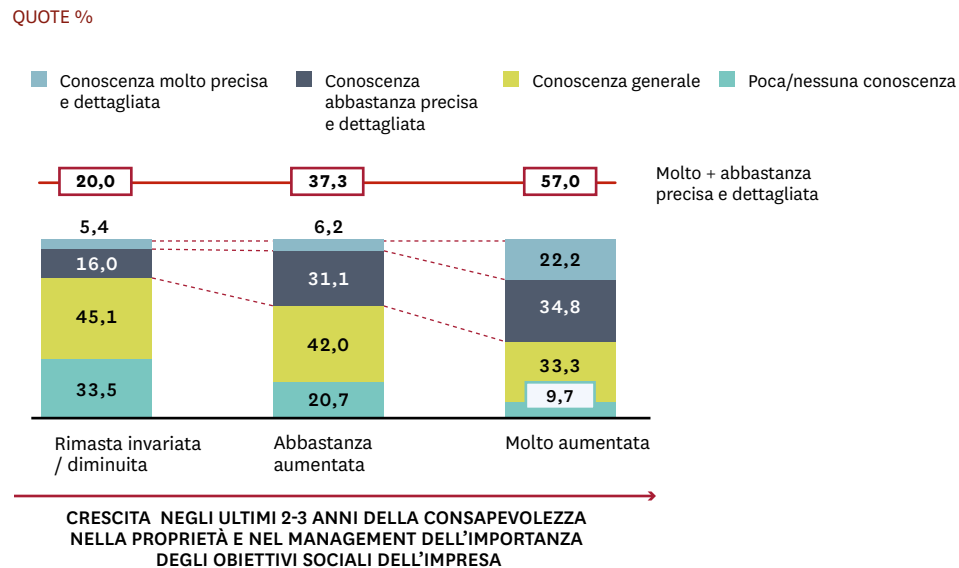


Fig. 41 – **Relazione tra conoscenza delle norme e ampiezza del welfare aziendale**Fig. 42 – **Relazione tra conoscenza delle norme e consapevolezza degli obiettivi sociali dell'impresa**

La conoscenza è anche fortemente correlata alla consapevolezza del ruolo sociale dell'impresa che, come abbiamo osservato nel primo capitolo, è molto cresciuta in questi anni tra le PMI. La figura 42 ne fornisce l'evidenza: le imprese con una conoscenza precisa delle norme del welfare hanno una quota del 57% nel segmento di quelle in cui è molto aumentata la consapevolezza degli obiettivi sociali, e questa quota scende al 20% nella quota in cui tale consapevolezza è rimasta invariata o è diminuita.

L'indagine ha permesso di appurare quale sia, secondo la percezione delle PMI, la conoscenza delle iniziative di welfare aziendale da parte dei lavoratori e il loro livello di gradimento e di utilizzo dei servizi (figure 43 e 44).

La conoscenza è inadeguata: è considerata buona o abbastanza dettagliata nel 22,9% delle imprese, e il trend non appare in miglioramento. I servizi offerti dalle imprese sono graditi e sufficientemente utilizzati dai lavoratori in un terzo dei casi. Ma su ciò si registra un miglioramento significativo: il gradimento e l'utilizzo negli ultimi due anni sono aumentati dal 23% al 33,4%. Certamente, per diffondere la cultura del welfare aziendale, c'è ancora molto da fare nella comunicazione non solo alle imprese ma anche verso i lavoratori.

Il gradimento e l'utilizzo dei servizi offerti dalle imprese da parte dei lavoratori sono aumentati dal 23% al 33,4% negli ultimi due anni.

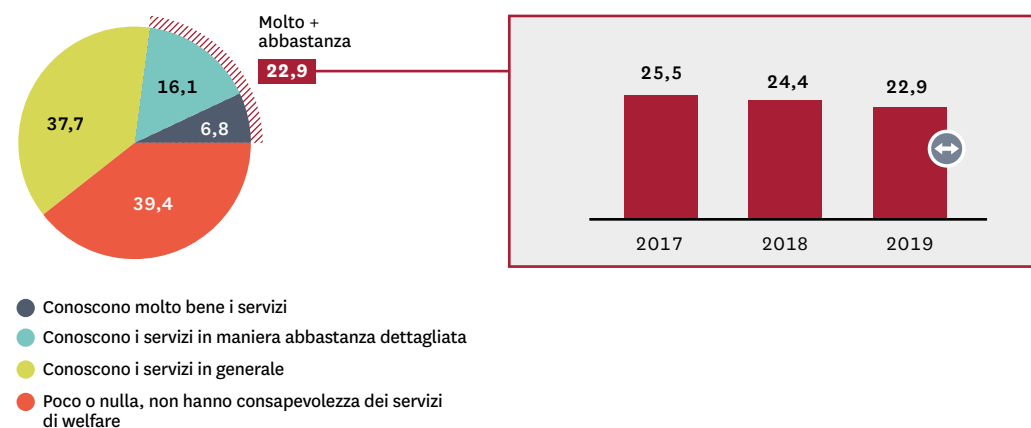
La consapevolezza tra i lavoratori del valore dei servizi di welfare è molto influenzata dai comportamenti aziendali, come dimostrano le figure 45 e 46. Nelle imprese più attive, a confronto con le meno attive, sono molto maggiori sia la conoscenza che i lavoratori hanno delle iniziative di welfare (37,4% contro 16,9%) sia il loro gradimento e utilizzo (57,4% contro 26,7%). Anche il livello di conoscenza del welfare posseduto dall'azienda influenza i lavoratori: la loro conoscenza (48,9%) e il loro livello di gradimento e utilizzo (51,4%) sono molto migliori nelle imprese che hanno una conoscenza precisa delle norme del welfare, mentre scendono rispettivamente al 10,7% e al 25,5% nelle imprese con una conoscenza scarsa o nulla.

Concludendo l'analisi dei fattori di successo, esaminiamo l'impatto sui risultati delle imprese. Utilizzeremo a questo scopo la stessa griglia con cui abbiamo definito gli obiettivi aziendali (figura 45).

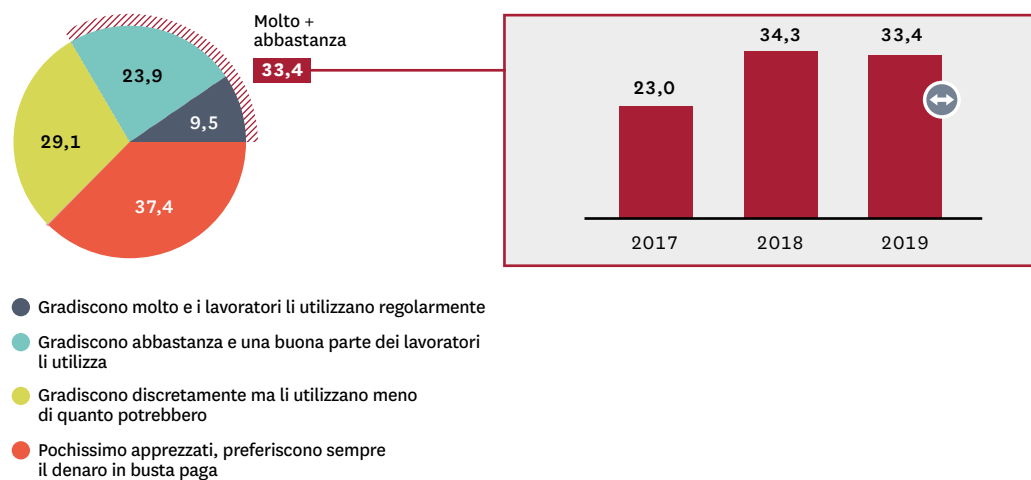
L'obiettivo principale dichiarato dalle imprese è la soddisfazione dei lavoratori per ottenere un clima aziendale favorevole. Questo è anche il risultato principale ottenuto dalle PMI con le loro iniziative di welfare: il 43,7% di esse dichiara di avere verificato miglioramenti su questo punto, con un forte aumento sul 2017 quando la quota era del 36,3%. Molto correlata a questo risultato è la fidelizzazione dei lavoratori, giudicata in miglioramento grazie alle iniziative di welfare dal 41% delle imprese.

Fig. 43 – **Conoscenza del welfare aziendale da parte dei lavoratori secondo le imprese**

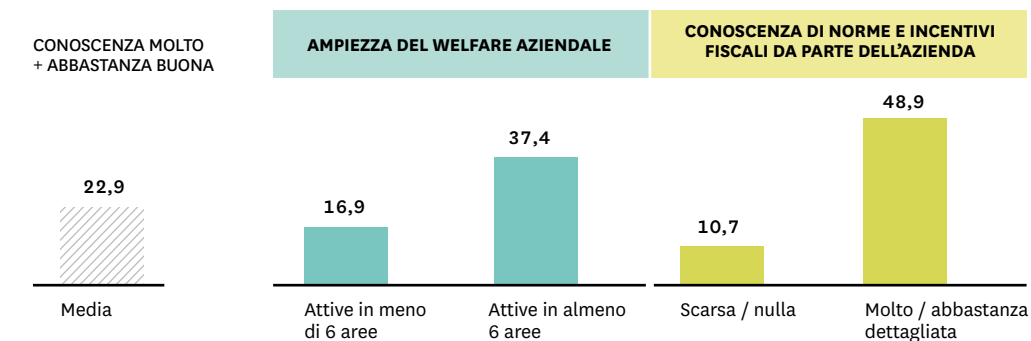
QUOTE %

Fig. 44 – **Gradimento e utilizzo dei servizi di welfare aziendale da parte dei lavoratori secondo le imprese**

QUOTE %

Fig. 45 – **Conoscenza dei servizi di welfare da parte dei lavoratori secondo le imprese per ampiezza del welfare aziendale e per conoscenza dell'impresa**

QUOTE %

Fig. 46 – **Gradimento e utilizzo dei servizi di welfare da parte dei lavoratori secondo le imprese per ampiezza del welfare aziendale e per conoscenza di norme e incentivi fiscali**

QUOTE %

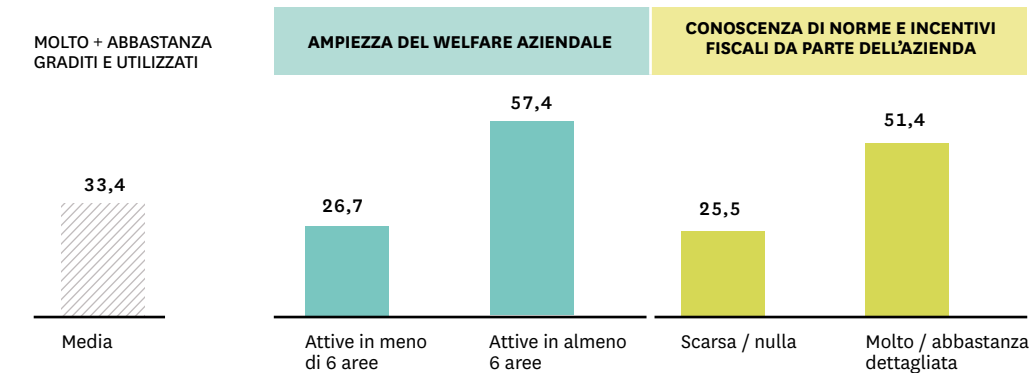
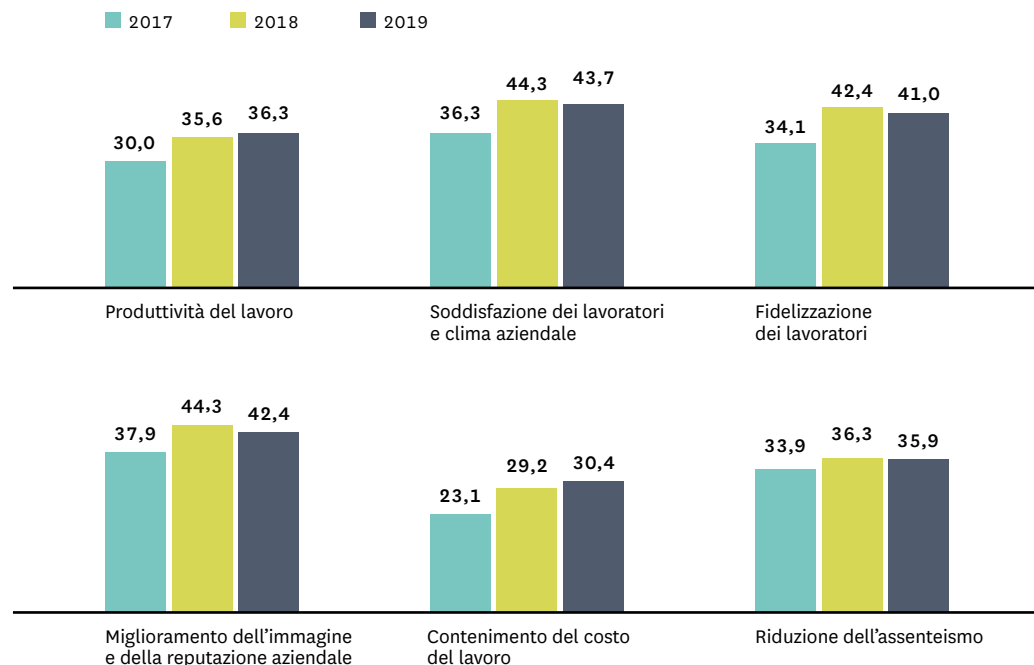


Fig. 47 – I risultati del welfare aziendale

ABBIAMO GIÀ VERIFICATO UN NETTO MIGLIORAMENTO + QUALCHE BUON RISULTATO MA ATTENDIAMO RISULTATI PIÙ SIGNIFICATIVI A LUNGO TERMINE - QUOTE %



La fidelizzazione dei lavoratori è giudicata in miglioramento grazie alle iniziative di welfare dal 41% delle imprese.

Il secondo obiettivo delle iniziative di welfare è l'aumento della produttività del lavoro. Anche su questo le imprese rilevano risultati positivi (nel 36,3% dei casi), con un incremento sul 2017.

Il 42,4% delle imprese segnala buoni risultati delle iniziative di welfare sull'obiettivo di

migliorare l'immagine e la reputazione dell'azienda.

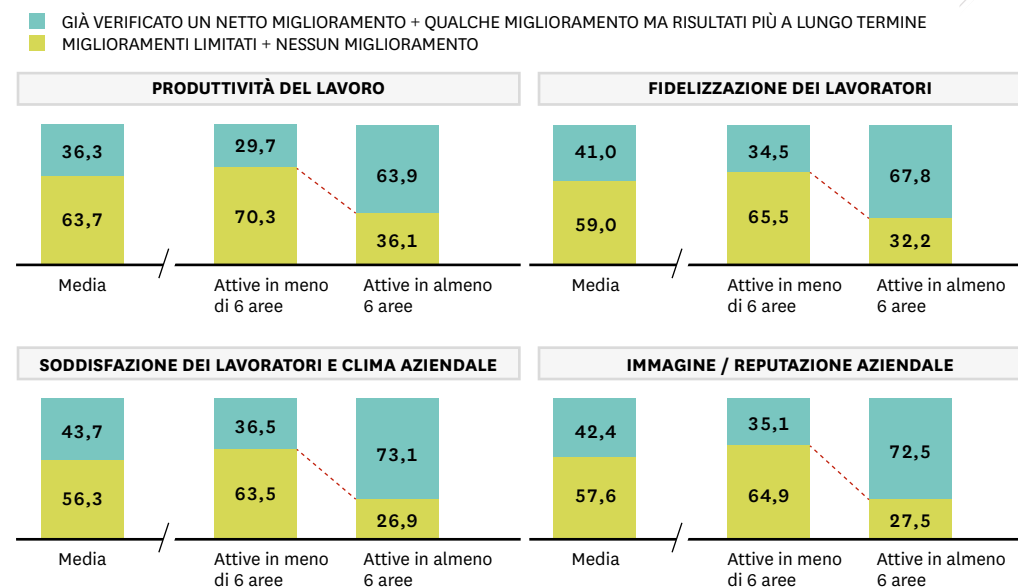
Il welfare aziendale risulta di impatto lievemente inferiore sugli obiettivi considerati secondari: il contenimento del costo del lavoro (30,4%) e la riduzione dell'assenteismo (35,9%).

Su tutti gli obiettivi le imprese più attive ottengono risultati sensibilmente superiori alla media: nella produttività del lavoro (63,9%), nella

Fig. 48 – Relazione tra ampiezza delle iniziative e impatto sui risultati

QUOTE %

Nella sua impresa, qual è l'impatto delle iniziative di welfare aziendale su ciascuno dei seguenti fattori?



soddisfazione dei lavoratori e nel miglioramento del clima (73,1%), nella fidelizzazione dei lavoratori (67,8%), nel miglioramento dell'immagine e della reputazione (72,5%).

Le PMI e soprattutto le imprese di più piccole dimensioni faticano a raggiungere la dimensione critica per 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 è importante il rapporto con le imprese che offrono servizi di welfare e con le stesse organizzazioni del terzo settore.

Soprattutto le imprese di più piccole dimensioni faticano a raggiungere la dimensione critica per attuare con efficienza le iniziative di welfare.

Solamente l'8% delle imprese usufruiscono di alleanze, supporti associativi o servizi comuni.

Solamente l'8% delle imprese usufruiscono di alleanze, supporti associativi o servizi comuni (figura 49). 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 la propensione a utilizzare alleanze e servizi comuni tra le imprese più impegnate nel welfare aziendale (figura 50): 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.

Le imprese più attive sono molto consapevoli dell'importanza di questi supporti. Si osservi la figura 51: 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.

Fig. 49 – Alleanze nel territorio e servizi comuni

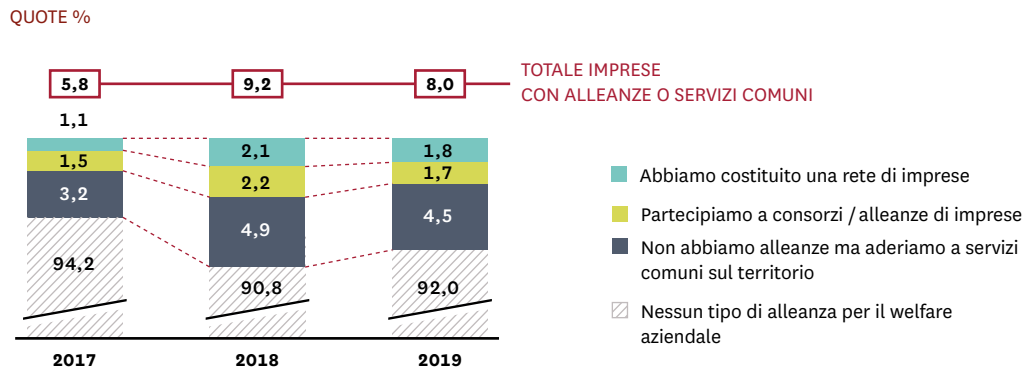


Fig. 50 – Alleanze e servizi comuni per ampiezza del welfare aziendale e per crescita della consapevolezza degli obiettivi sociali dell'impresa

QUOTA % DELLE IMPRESE CON ALLEANZE O SERVIZI COMUNI

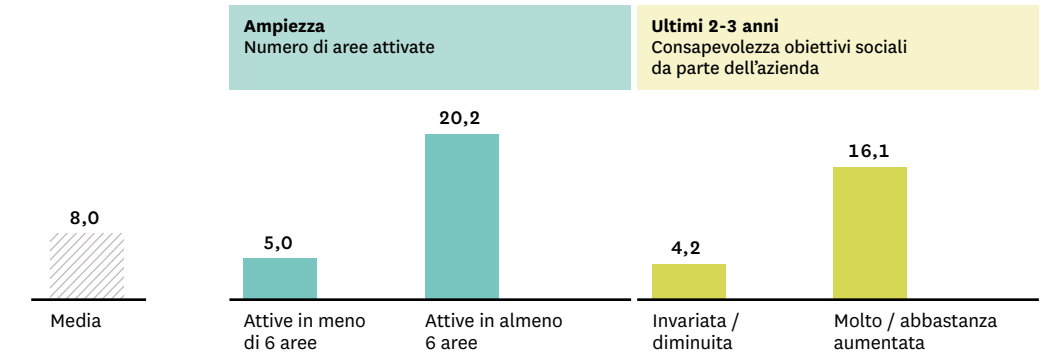
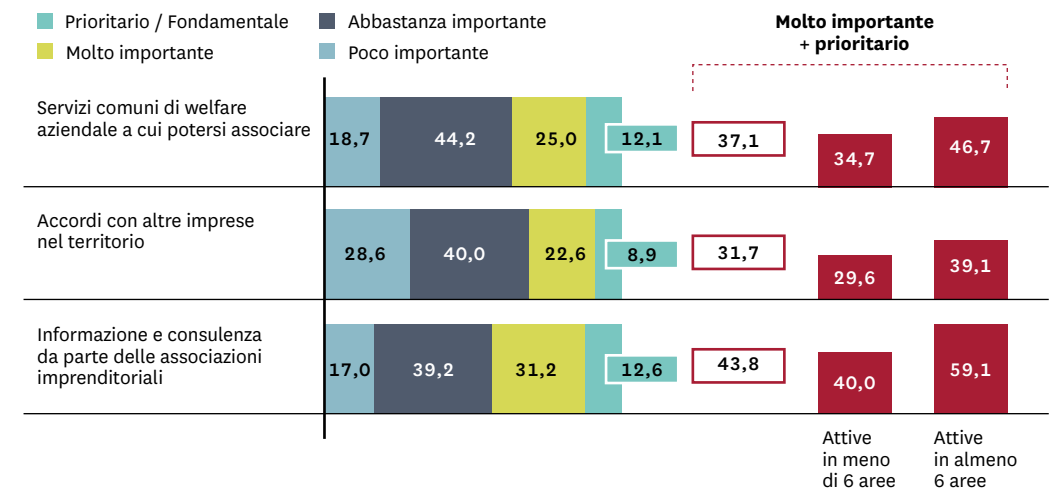


Fig. 51 – L'importanza dei supporti per le PMI

QUOTE %

Quanto sarebbero importanti i seguenti supporti per favorire la diffusione del welfare aziendale in Italia?



4 Focus - Salute e assistenza

Nel 2019 poco meno della metà delle PMI italiane, 45,7%, ha attivato iniziative di sanità integrativa e assistenza a beneficio dei propri lavoratori e in alcuni casi dei familiari. L'impegno delle imprese in quest'area è in crescita costante: nel 2016, primo anno dell'indagine, offriva questi servizi il 32,2% delle PMI, nel 2018 (terza edizione) la percentuale era salita al 42,0%.

Nell'ultimo anno, il 7,2% delle PMI hanno allargato la propria iniziativa in quest'area tramite il lancio di nuove iniziative o il potenziamento di iniziative esistenti. Resta elevata la consapevolezza dell'importanza e della valenza sociale del proprio impegno nell'area della salute e dell'assistenza: il 31,5% delle imprese considerano quest'area come prioritaria nello sviluppo del proprio sistema di welfare aziendale.

Le iniziative in ambito salute e assistenza possono essere raggruppate in tre ambiti più specifici:

- la sanità complementare;
- i servizi diretti di prevenzione e di cura;
- l'assistenza ai familiari anziani, ai non autosufficienti e ai bambini.

Attualmente il 38,6% delle PMI hanno attivato iniziative nell'ambito della sanità complementare, in crescita rispetto alle precedenti rilevazioni.

L'ambito della sanità complementare comprende le diverse forme di sostegno alle spese sanitarie delle famiglie ed è quello su cui converge maggiormente l'iniziativa delle imprese. Attualmente il 38,6% delle PMI hanno attivato queste iniziative, in crescita rispetto alle precedenti rilevazioni: la loro quota era infatti del 35,7% nel 2018 e del 29,2% un anno prima.

Si tratta di un ambito di grande impatto sociale ed economico nel quale le imprese possono offrire un contributo importante, considerando:

- le perduranti difficoltà del Sistema Sanitario Nazionale;
- l'impatto economico che le spese per la salute producono sul bilancio delle famiglie: 37,7 miliardi di Euro nel 2018, poco meno di 1.500 euro a famiglia;
- i diffusi fenomeni di rinuncia alla cura, uno dei problemi sociali più rilevanti e preoccupanti che il sistema paese si trova ad affrontare.

Gli strumenti più diffusi di contributo alle spese sanitarie si confermano i fondi sanitari di categoria istituiti dai CCNL: vi aderiscono il 25,6% delle PMI, una quota stabile rispetto alla rilevazione precedente. Pur in presenza di una forte frammentazione e di una certa disomogeneità per livelli di prestazione e meccanismi di adesione, i fondi di categoria restano un tassello fondamentale per garantire coperture sanitarie integrative ad una vasta platea di lavoratori.

Accanto ai fondi categoriali si diffondono altre soluzioni. Le polizze sanitarie collettive sottoscritte dall'impresa per i propri lavoratori raggiungono il 10,0% delle PMI, il doppio rispetto a quanto rilevato nel 2016 (prima rilevazione). Il 4,3% delle imprese hanno istituito (o aderito a) fondi aziendali di secondo livello, mentre il 2,0% hanno optato per l'adesione a fondi aperti.

I **servizi di prevenzione e cura** sono un ambito meno sviluppato ma in progressiva crescita: il tasso di attività è passato dal 3,6% nel 2016 al 5,2% nel 2017, all'11,0% nel 2018 e infine all'11,7% nel 2019.

Le iniziative su cui le imprese concentrano i propri sforzi sono i servizi di prevenzione e check-up (5,6% delle PMI): screening ed esami di vario tipo (sangue, pap test, ECG, ...) ma anche controlli generali dello stato di salute e

Fig. 52 - **Salute e assistenza**

QUOTE %

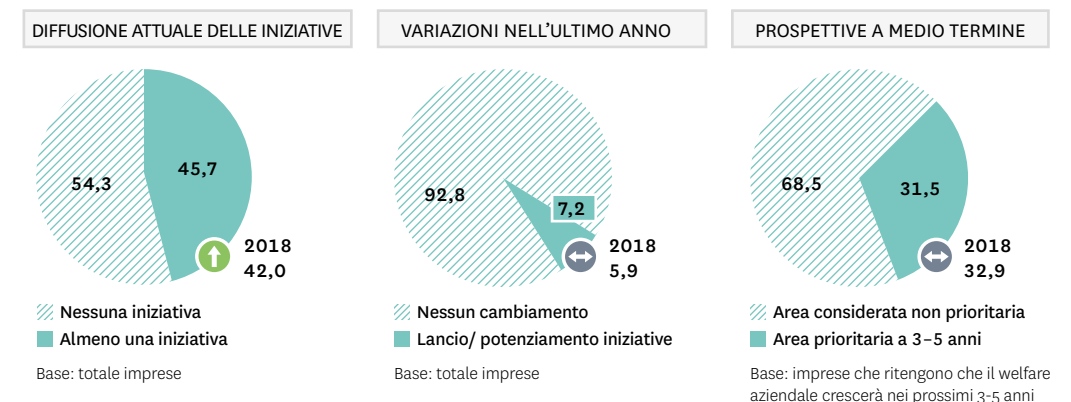


Fig. 53 – **Iniziative di sanità complementare**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	29,2	34,8	35,7	38,6
Fondo chiuso di categoria	22,0	25,0	25,2	25,6
Polizza sanitaria aziendale	5,4	7,5	8,1	10,0
Fondo aziendale di secondo livello	2,5	2,6	3,2	4,3
Fondo aperto	1,1	1,8	1,8	2,0

Fig. 54 – **Servizi di prevenzione e cura**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	3,6	5,2	11,0	11,7
Prevenzione / check-up	2,8	3,8	5,0	5,6
Programmi / campagne per la salute e la prevenzione	nd	nd	1,9	1,8
Sportello medico interno	0,9	0,9	3,7	3,9
Convenzioni con studi dentistici	nd	nd	1,3	3,4
Altri servizi socio-sanitari (centri recupero, assistenza psicologica, riabilitazione, ...)	nd	0,5	1,3	1,4

Fig. 55 – **Iniziative di assistenza**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	0,1	1,1	1,7	2,2
Assistenza a familiari anziani e non autosufficienti	nd	1,0	1,2	1,2
Assegni cure specialistiche per bambini / servizio pediatrico	0,1	0,2	0,6	1,3

Fig. 56 – **Non autosufficienza e disabilità**

	Numerosità	Note e periodo di riferimento
Anziani non autosufficienti (>65 anni)	2.857.801	Anziani con limitazioni funzionali che vivono in famiglia (2013) + anziani con limitazioni funzionali ospiti presso strutture (2015)
Persone con limitazioni funzionali (15-64 anni)	549.000	Dato 2013
Alunni con disabilità presenti nelle scuole	159.000	Scuola primaria e secondaria di primo grado (Anno Scolastico 2016/17)
Disabili totali	3.565.801	

Fonte: Rapporto OASI 2018

iniziative di prevenzione. Poco meno del 2% delle PMI hanno invece attivato, in autonomia o aderendo a iniziative comuni, programmi e campagne legate alla salute e alla prevenzione, con l'obiettivo di diffondere comportamenti virtuosi nelle diverse aree di intervento: promozione dell'attività fisica, corretta nutrizione, contrasto al tabagismo e via dicendo.

Il 3,9% delle imprese si sono dotate di uno sportello medico interno, l'1,4% hanno attivato servizi sociosanitari più specifici come quelli di assistenza psicologica o di riabilitazione. Infine, il 3,4% delle PMI hanno stipulato per i propri dipendenti convenzioni con studi dentistici (si consideri che le cure odontoiatriche sono tra quelle dove si concentrano con maggiore frequenza i fenomeni di rinuncia).

Il 3,9% delle imprese si sono dotate di uno sportello medico interno, l'1,4% hanno attivato servizi sociosanitari più specifici.

Il terzo ambito, quello dell'**assistenza a familiari anziani, non autosufficienti e bambini**, si trova ancora in una primissima fase di sperimentazione: appena il 2,2% delle PMI hanno attivato iniziative, una quota in aumento rispetto all'1,7% dello scorso anno. In dettaglio:

- l'1,3% delle imprese offrono assistenza a familiari anziani e/o non autosufficienti, principalmente in forma di rimborsi;
- l'1,2% prevedono sostegni per le cure specialistiche per bambini e i servizi pediatrici.

Il tema della non autosufficienza è certamente uno dei più critici e problematici:

- le persone non autosufficienti o disabili in Italia sono 3,6 milioni, di cui 2,9 milioni di età superiore a 65 anni (figura 56);
- si tratta di un fenomeno destinato inevitabilmente ad ampliarsi a causa dell'invecchiamento della popolazione;
- l'impatto della non autosufficienza è molto rilevante e ricade in larghissima misura sulla famiglia, come aggravio sia economico sia personale;
- l'offerta di servizi è polverizzata, disomogenea e spesso - sul versante dei servizi residenziali - non qualificata.

Così come sul versante del sostegno alle cure sanitarie e su quello della prevenzione, le imprese possono offrire un contributo prezioso anche assicurando un supporto ai propri lavoratori alle prese con casi di non autosufficienza in famiglia: innanzitutto offrendo loro un sostegno economico, su cui peraltro incidono positivamente le agevolazioni fiscali, quindi promuovendo sistemi di servizi sul territorio.

5 Focus - Conciliazione vita e lavoro

Il 59,2% delle imprese italiane hanno attivato iniziative nell'area della conciliazione tra vita lavorativa e familiare. Vi rientrano un'ampia gamma di possibili azioni, essenzialmente di tipo organizzativo (come flessibilità oraria, permessi e lavoro a distanza) o nella forma di facilitazioni al lavoro. È un'area fondamentale su cui le PMI hanno rafforzato la propria offerta negli ultimi anni: nel 2016, prima edizione di Welfare Index PMI, il tasso di iniziativa non raggiungeva il 40% delle PMI.

Circa il 10% delle PMI hanno segnalato interventi in quest'area nel solo ultimo anno, con il lancio di nuove iniziative o il potenziamento di quelle già esistenti. È inoltre un'area che le imprese considerano prioritaria nel medio-lungo termine: la indicano infatti il 37,2% delle PMI intenzionate ad accrescere il proprio sistema di welfare aziendale nei prossimi 3-5 anni.

Abbiamo raggruppato le iniziative aziendali in quattro ambiti:

- flessibilità nell'organizzazione del lavoro;
- misure a sostegno alla genitorialità;
- supporti di facilitazione al lavoro;
- altre misure a sostegno dei lavoratori e delle famiglie.

Le iniziative di flessibilità organizzativa sono quelle più diffuse, praticate dal 36% delle PMI.

Le **iniziative di flessibilità organizzativa** sono quelle più diffuse, praticate dal 36% delle PMI. È un ambito che ha visto una forte accelerazione negli ultimi anni: nel 2016 solo il 16% delle PMI prevedevano questo tipo di iniziative. Si tratta soprattutto del superamento della rigidità dell'orario

lavorativo con l'introduzione di regole più flessibili rispetto a quanto previsto dai CCNL: 34,1% delle PMI. Tali misure possono essere oggetto di un accordo o di un regolamento aziendale, oppure, soprattutto nelle PMI più piccole e meno strutturate, sono attuate in maniera più informale per fare fronte alle esigenze familiari specifiche dei singoli lavoratori.

Fig. 57 – **Conciliazione vita e lavoro**

QUOTE %

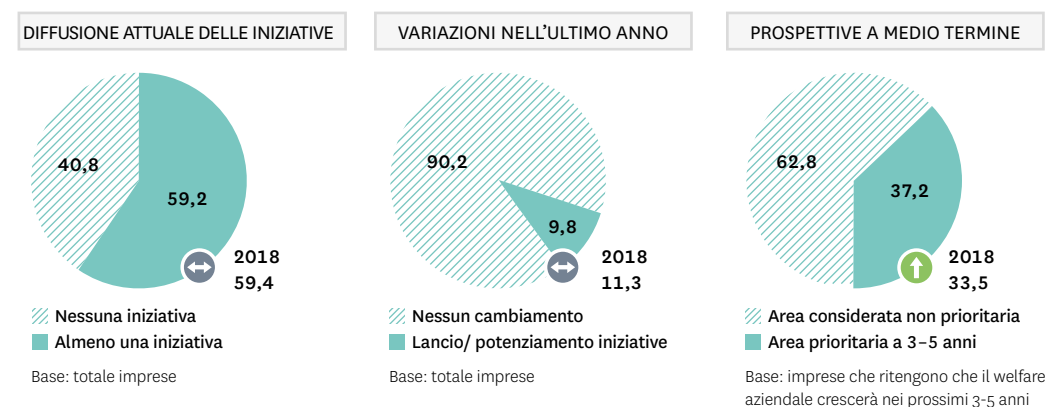


Fig. 58 – **Iniziative di flessibilità nel lavoro**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	16,1	29,1	34,4	36,0
Flessibilità oraria oltre quella contrattuale	15,6	27,7	32,4	34,1
Telelavoro	1,4	3,3	5,0	5,5
Smart-working	nd	nd	4,9	5,3
Disbrigo pratiche burocratiche, pagamenti	1,3	2,0	1,6	1,2

Fig. 59 – **Misure a supporto della genitorialità**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	6,5	8,1	19,6	21,1
Permessi aggiuntivi retribuiti per la maternità / paternità	4,2	5,8	13,5	14,5
Integrazione completa del congedo di maternità / paternità	2,9	3,1	12,0	12,9
Asili nido convenzionati	0,3	0,9	0,6	0,6
Scuole materne, centri gioco, dopo scuola	0,2	0,3	0,3	0,3
Asili nido aziendali	0,2	0,2	0,3	0,6
Reperimento baby sitter	0,1	0,1	0,3	0,5

In questo ambito rientrano anche le forme di delocalizzazione lavorativa: il telelavoro (sempre esterno ai locali aziendali) è previsto dal 5,5% delle PMI, lo smart-working (in parte esterno ai locali aziendali) dal 5,3%. Queste nuove forme di flessibilità muovono ancora i primi passi tra le PMI e crescono timidamente: è tuttavia presumibile che possano diffondersi più significativamente nell'arco dei prossimi anni, soprattutto in quei comparti (e per quelle mansioni) dove le tecnologie informatiche consentono una più semplice ed efficace delocalizzazione dell'attività lavorativa. Già oggi la nostra indagine rileva come nel macro-settore Commercio e Servizi e in quello degli Studi e Servizi Professionali, l'adozione di telelavoro e smart-working abbia superato il 10%.

Infine, solo una minoranza di PMI (1,2%) ha finora attuato per i propri lavoratori iniziative salvatempo che vanno dal maggiordomo aziendale al disbrigo di pratiche burocratiche e pagamenti fino a servizi interni come lavanderia, stireria...

Contigue al tema della flessibilità lavorativa sono le **iniziative a supporto della genitorialità**. Sono oggi attuate dal 21,1% delle PMI e hanno anch'esse visto una rapida adozione negli ultimi anni: nel 2016 erano applicate soltanto dal 6,5% delle PMI. La due misure più diffuse sono l'accordo ai neogenitori di permessi aggiuntivi rispetto a quanto previsto dai CCNL (14,5% nel 2019, era appena il 4,2% nel 2016) e l'integrazione completa del congedo di maternità e paternità (12,9% nel 2019 contro il 2,9% nel 2016).

Solo un gruppo molto ristretto di imprese mette invece a disposizione servizi per la famiglia.

Il supporto alla genitorialità si concretizza tuttora, in larghissima maggioranza, in queste forme di flessibilità organizzativa. Solo un gruppo molto ristretto di imprese mette invece a disposizione servizi per la famiglia: ne sono esempio gli asili nido aziendali di proprietà (0,6%) oppure convenzionati (0,6%), le scuole materne, i centri gioco o i doposcuola (0,3%), i supporti al reperimento di babysitter (0,5%). La possibilità di offrire tali tipologie di servizi, che costituiscono un supporto prezioso per i genitori spesso alle prese con la carenza di servizi sul territorio, ha peraltro un limite oggettivo nella dimensione media delle imprese. Una delle possibili risposte è il network: alcune PMI hanno già attivato servizi congiunti o realizzato vere e proprie reti strutturate per supportare i lavoratori nella gestione dei figli piccoli.

L'impatto che l'iniziativa aziendale può esercitare tanto sull'occupazione femminile quanto sulla valorizzazione del lavoro delle donne emerge chiaramente dalla lettura della figura 60, che mette in evidenza tre dati chiave: il forte squilibrio tra occupazione maschile e femminile (circa 20 punti percentuali); l'impatto della genitorialità sull'occupazione femminile,

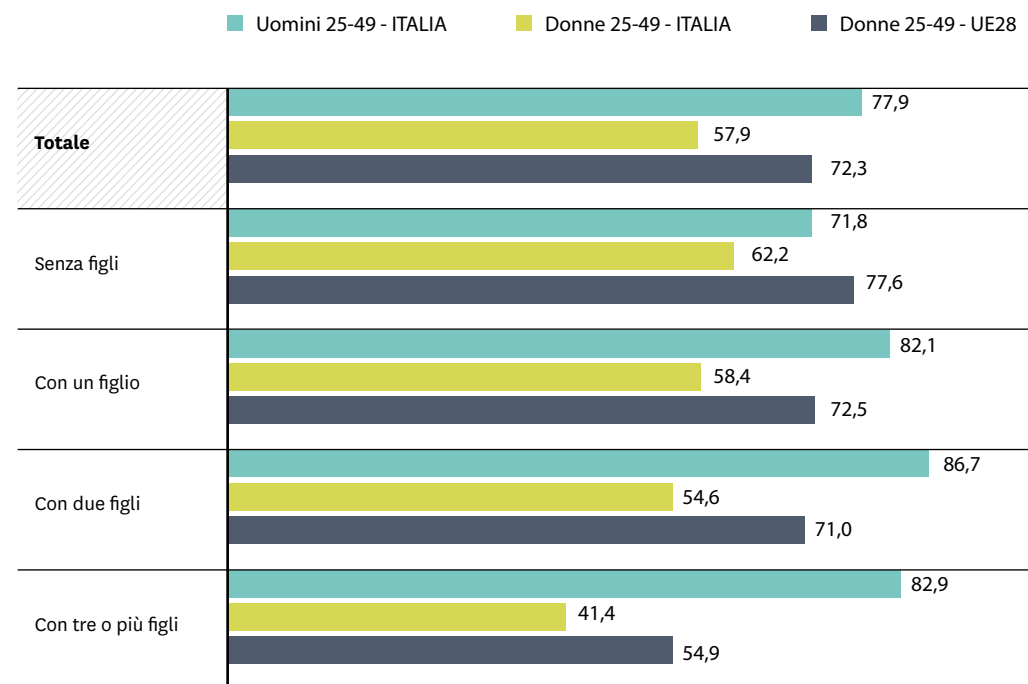
che decresce significativamente con la nascita dei figli; la distanza che tuttora separa l'Italia dalla media europea.

Oltre alla flessibilità organizzativa e al supporto alla genitorialità, le PMI offrono un contributo anche attraverso **servizi e supporti economici ai lavoratori, con l'obiettivo di abbattere i costi per recarsi al lavoro** (principalmente spese per trasporti e pasti). Queste iniziative sono attivate dal 31,1% delle PMI e sono in leggera crescita.

Le PMI offrono un contributo attraverso servizi e supporti economici ai lavoratori, con l'obiettivo di abbattere i costi per recarsi al lavoro.

Fig. 60 – **Occupazione maschile e femminile per tipologia familiare e presenza di figli in Italia**

TASSI % SULLA POPOLAZIONE ATTIVA, INDIVIDUI 25-49 ANNI, ANNO 2016



Fonte: EUROSTAT

Si diffondono tra le PMI anche i sostegni economici alle spese di trasporto.

La forma di sostegno più diffusa è quella dei ticket restaurant aggiuntivi a quelli previsti dai CCNL: li offrono il 13,5% delle PMI. Crescono anche i convenzionamenti con mense e ristoranti sul territorio e i servizi di mensa aziendale, entrambi con un indice di diffusione del 10% circa. Si diffondono tra le PMI anche i sostegni economici alle spese di trasporto, una voce spesso trascurata che tuttavia può incidere anche in misura significativa sul bilancio familiare. La platea di questo tipo di servizi è molto vasta e le PMI possono offrire un contributo rilevante: secondo Istat, il 35,5% della popolazione italiana si sposta ogni giorno per motivi di lavoro, mentre oltre la metà degli occupati si sposta al di fuori del comune di residenza, usando uno solo o una combinazione di più mezzi (figura 62). Le opzioni di sostegno realizzate dalle imprese sono diverse: il 7,3% delle PMI concedono ai lavoratori buoni benzina, il 6,7% offrono il rimborso degli abbonamenti ai mezzi pubblici (si segnala che quest'ultima iniziativa è entrata a far parte dallo scorso anno del novero dei servizi che godono di incentivi fiscali). Competano la gamma delle possibilità i servizi di trasporto realizzati dalla stessa azienda o da più aziende congiuntamente (1,5%) e le convenzioni con servizi di trasporto locale (0,6%).

Le **altre misure di sostegno ai lavoratori e alle famiglie**, al di fuori della ristorazione e dei trasporti, sono attivate dal 15,3% delle PMI. Il 6,5% delle imprese offrono ai propri lavoratori alloggi gratuiti o a prezzi agevolati, una percentuale molto simile ha sottoscritto convenzioni con punti vendita sul territorio per ottenere sconti o agevolazioni sull'acquisto di beni di largo consumo. Un ristretto gruppo di imprese, infine, concede ai propri lavoratori microcredito agevolato o garanzie per l'accensione di mutui.

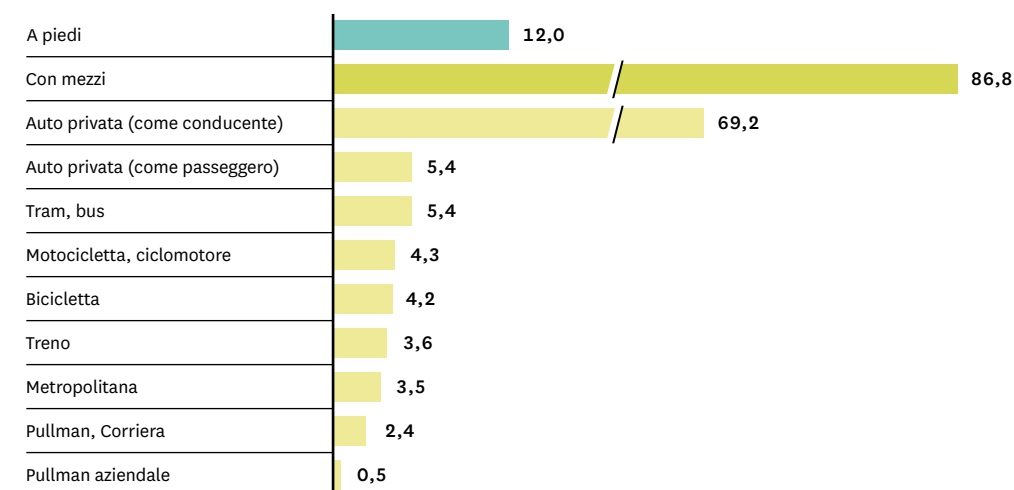
Fig. 61 – Supporti di facilitazione al lavoro

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	27,0	27,2	28,0	31,5
Ticket restaurant aggiuntivi a quelli contrattuali	10,7	10,2	10,5	13,0
Convenzionamento con ristoranti / mense	4,7	6,7	8,3	9,8
Mensa aziendale	8,3	6,5	8,1	10,1
Buoni benzina / sostegno alle spese per il tragitto casa-lavoro	nd	nd	5,7	7,3
Rimborso abbonamenti mezzi pubblici	1,5	2,1	2,6	6,7
Trasporto aziendale	1,7	1,7	1,9	1,5
Convenzionamento con servizi di trasporto locale	0,1	0,6	0,6	0,6

Fig. 62 – Utilizzo dei mezzi di trasporto per recarsi abitualmente al lavoro

% SUL TOTALE OCCUPATI, DATI 2017



Fonte: ISTAT

Fig. 63 – Altre misure di sostegno a lavoratori e famiglie

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	14,2	14,6	14,8	15,3
Alloggi gratis o a prezzi agevolati	6,3	6,5	6,3	6,5
Convenzionamento per l'acquisto di beni di consumo	4,5	6,0	6,0	6,7
Prestito agevolato, microcredito, garanzie per mutui ecc.	3,5	3,5	3,5	2,6

6 Focus - Giovani, formazione, sostegno alla mobilità sociale

La percentuale di PMI che hanno attivato iniziative nell'ambito della formazione e del sostegno alla mobilità delle giovani generazioni è in netta crescita: dal 33% del 2017, al 38% del 2018, all'attuale 43,9% (sono considerate le imprese con almeno una iniziativa). Due dati confermano come questo sia considerato dalle PMI un ambito di forte rilevanza strategica:

- il 12,0% delle imprese hanno investito nell'ultimo anno per lanciare nuove iniziative in quest'area o potenziarne di già esistenti;
- il 42,6% delle imprese intenzionate ad accrescere la propria offerta di welfare aziendale considerano quest'area come una priorità su cui concentrare investimenti e interventi nei prossimi 3-5 anni.

I dati indicano dunque come le PMI stiano maturando maggiore consapevolezza della centralità della formazione, in una duplice veste. Da un lato, per adeguarsi alla velocità con cui cambiano le professioni e le competenze necessarie. Dall'altro lato, per supportare l'occupazione e la propria capacità competitiva formando i giovani e favorendone la mobilità. Le azioni adottate dalle imprese in quest'area possono raggrupparsi in tre ambiti:

- formazione specialistica professionale;
- formazione extra professionale;
- sostegno all'istruzione di figli e familiari.

La **formazione specialistica professionale** è attivata con almeno un'iniziativa dal 39,2% delle PMI ed è in costante crescita lungo tutto il periodo di rilevazione (era il 32,2% nel 2016). Si consideri che non è considerata la formazione obbligatoria per legge ma solo l'iniziativa aggiuntiva delle imprese.

In questo ambito prevale largamente la formazione tecnica avanzata, ovvero quella più legata alle competenze strettamente inerenti all'attività lavorativa: la praticano il 35,3% delle PMI, un incremento di circa 6 punti

Fig. 64 – **Giovani, formazione, sostegno alla mobilità sociale**

QUOTE %

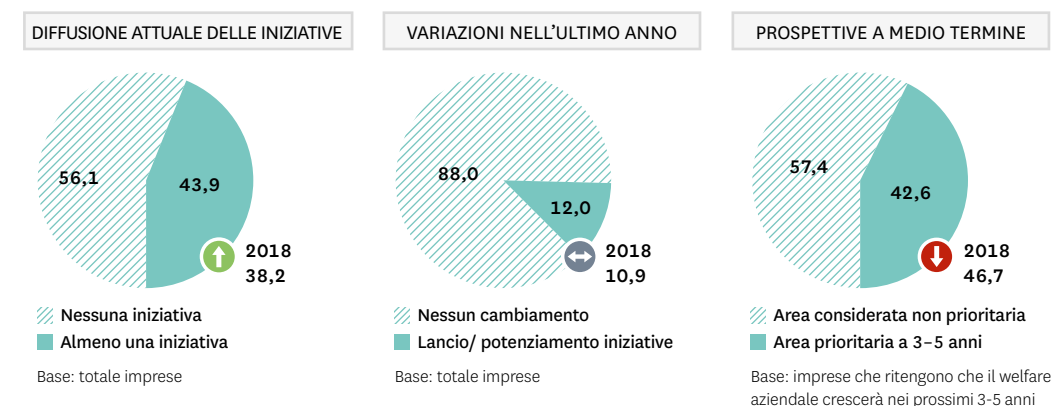


Fig. 65 – **Formazione specialistica professionale**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	32,2	34,5	36,6	39,2
Formazione professionale specialistica / avanzata	29,1	32,0	34,6	35,3
Partecipazione a convegni / giornate studio	nd	nd	17,0	22,8
Formazione linguistica	5,4	4,9	6,5	6,7

Fig. 66 – **Formazione extra-professionale**

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	2,8	2,9	3,6	4,9
Formazione extra-professionale (musica, teatro, fotografia ecc.)	0,6	0,6	1,1	1,4
Master / Business school per talenti	1,1	1,2	1,6	2,3
Borse di studio	0,7	0,6	1,0	1,4
Viaggi di studio all'estero	0,7	0,8	0,6	1,1

percentuali rispetto al 2016 (29,1%). Piuttosto diffusa anche l'organizzazione o la partecipazione a convegni e giornate studio (22,8% delle PMI). Stabile e offerta ancora da una minoranza di imprese (6,7%) è invece la formazione linguistica.

Diversamente da quella tecnico-professionale, la **formazione aziendale di tipo extra-professionale** riguarda ancora poche imprese, il 4,9%. Va tuttavia evidenziato il trend di crescita rispetto all'anno precedente, quando il tasso di attività si attestava al 3,6%.

L'1,4% delle PMI offrono ai propri lavoratori corsi e attività formative di vario genere, dalla musica al teatro alla cultura in senso lato.

L'1,4% delle PMI offrono ai propri lavoratori corsi e attività formative di vario genere, dalla musica al teatro alla cultura in senso lato. Inoltre si diffondono, pur restando appannaggio di poche imprese, le iniziative di crescita e valorizzazione delle risorse aziendali: master e business school (2,3%), borse di studio (1,4%), viaggi di studio all'estero (1,1%).

Il terzo ambito di intervento delle imprese, quello del **sostegno all'istruzione e alla mobilità sociale dei giovani**, assume una grande importanza alla luce del grave svantaggio competitivo che caratterizza l'Italia nei confronti degli altri principali paesi europei.

Alcuni dati illustrano chiaramente questa condizione. Innanzitutto, l'Italia sconta un forte ritardo per livello di istruzione universitaria e post-universitaria: sono laureati il 17,0% dei 15-64enni, contro una media europea del 28,5%; se si restringe la lettura alla fascia dei 25-34enni, la situazione italiana migliora (27,7%) ma resta distante oltre dieci punti

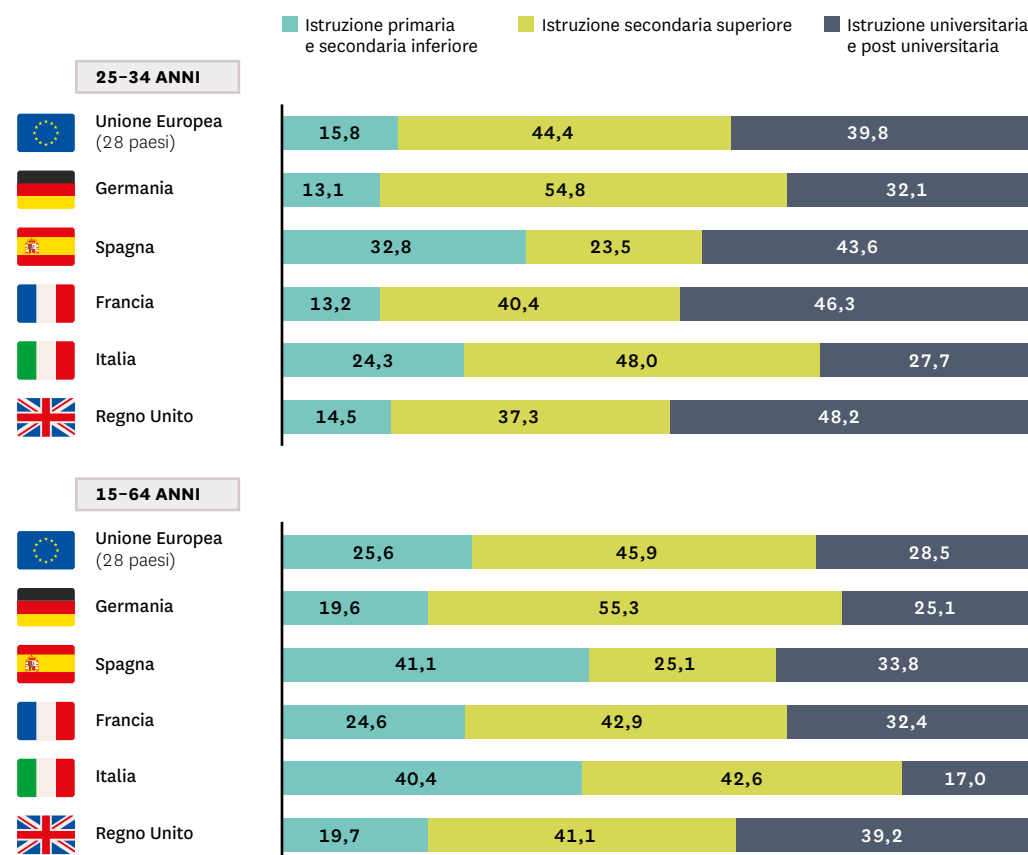
dalla media dell'Unione Europea. Tale criticità si riverbera anche sulla facilità di accesso al mercato del lavoro: a tre anni dal conseguimento del titolo di studio più elevato ottenuto, solo il 49,7% dei giovani italiani sono occupati, contro una media europea del 74,7%.

A 3 anni dal conseguimento del titolo di studio più elevato ottenuto, solo il 49,7% dei giovani italiani sono occupati.

Tale situazione produce un circolo vizioso: si diffondono fenomeni di rinuncia e abbandono, pochi giovani arrivano alla laurea e il sistema produttivo fatica a reperire risorse qualificate, bloccando di fatto il sistema della mobilità sociale. Non a caso quello del sostegno all'istruzione di figli e familiari è stato individuato come uno degli ambiti fiscalmente incentivati per interventi di welfare aziendale fin dalla Legge di Stabilità del 2016.

Fig. 67 – Livelli di istruzione della popolazione in Europa

TASSI % SULLA POPOLAZIONE, DATI 2018



Fonte: EUROSTAT, 2019. Dati 2018 provvisori.

Note: i livelli di istruzione fanno riferimento alla classificazione ISCED (International Standard Classification of Education) creato da UNESCO.

Fig. 68 – Tasso di occupazione dei giovani entro 3 anni dal conseguimento del titolo di studio più elevato in Italia e in Europa

% SU POPOLAZIONE 15-34 ANNI, DATI 2017



Fonte: EUROSTAT 2017

Fig. 69 – Sostegno all'istruzione dei figli e dei familiari

QUOTE %

	2016	2017	2018	2019
Aziende con almeno un'iniziativa	1,0	2,7	2,7	4,2
Rimborso libri testo/materiali didattici	0,2	0,3	1,2	1,9
Rimborso spese da scuola primaria a secondaria	nd	0,4	0,8	2,0
Rimborso viaggi studio e istruzione	nd	0,8	0,3	0,7
Rimborso spese universitarie e post-univ.	nd	0,5	0,7	1,3
Rimborso spese asilo nido e scuola materna	nd	0,4	0,6	1,5
Orientamento scolastico/professionale	0,6	0,6	0,6	1,0
Rimborso servizi scolastici (trasporto, mense)	nd	0,2	0,5	0,9
Riconoscimento del merito scolastico	0,2	0,3	0,3	0,5

Le imprese possono così giocare un ruolo importante nel sostenere i percorsi di formazione e crescita dei giovani in vari modi: aiutando economicamente le famiglie a sostenere le spese per l'istruzione dei figli; supportando la formazione dei lavoratori più giovani; realizzando iniziative di orientamento e inserimento (stage, alternanza scuola-lavoro, borse di studio...) anche con il concorso del sistema scolastico e universitario.

Attualmente solo il 4,2% delle PMI italiane hanno attivato iniziative di questo tipo, ma sono in netta crescita: nel 2016 la quota era soltanto dell'1%, nel 2017 e 2018 del 2,7%. Il rimborso delle spese di iscrizione e di rette è il supporto più diffuso: 1,5% per le scuole materne, 2,0% per le scuole primarie e secondarie, 1,3% per l'università. Alcune PMI offrono rimborsi per l'acquisto di libri e materiali didattici (1,9%), per viaggi di studio e istruzione (0,7%) o per gli altri servizi connessi alla scuola come trasporto e pasti fuori casa (0,9%).

Il rimborso delle spese di iscrizione e di rette è il supporto più diffuso: 1,5% per le scuole materne, 2,0% per le scuole primarie e secondarie, 1,3% per l'università.

7 L'agricoltura sociale

Welfare Index PMI riserva una sezione speciale alle organizzazioni attive nell'ambito dell'agricoltura sociale. Al pari delle tre edizioni precedenti, è stata condotta un'indagine ad hoc su queste realtà, parallela a quella generale, svolta con il supporto di Rete Fattorie Sociali e a cui hanno preso parte 43 organizzazioni.

L'agricoltura sociale attiva una serie di iniziative con l'obiettivo di favorire l'inclusione lavorativa e il benessere psicofisico e sociale delle persone, soprattutto svantaggiate.

I soggetti dell'agricoltura sociale declinano il welfare aziendale in un'accezione specifica e originale: attraverso l'attività agricola (coltivazione, allevamento, attività connesse), attivano una serie di iniziative con l'obiettivo di favorire l'inclusione lavorativa e il benessere psicofisico e sociale delle persone, soprattutto quelle svantaggiate.

Le macro-aree di azione sono quattro:

- inserimento socio-lavorativo di persone in condizione di fragilità: è praticato dal 72,1% delle realtà intervistate;
- attività educative e ludico-ricreative, 67,4%: rientrano molteplici iniziative, dai progetti di educazione ambientale e alimentare alla salvaguardia della biodiversità alle fattorie sociali e didattiche;
- area socio-assistenziale, 58,1%: prestazioni e attività sociali e di servizio per le comunità locali per promuovere lo sviluppo di capacità e di inclusione sociale;
- area socio-sanitaria, 32,6%: prestazioni e servizi a supporto delle terapie mediche, psicologiche e riabilitative finalizzate a migliorare le condizioni di salute e le funzioni sociali, emotive e cognitive dei soggetti interessati.

Il 21% dei partecipanti presidiano tutte e quattro le aree, un ulteriore 23% tre aree, il rimanente 56% una o due aree. Le attività tipiche dell'agricoltura sociale sono rappresentate nella figura 71. Oltre all'inclusione

Fig. 70 – **Le aree di attività dell'agricoltura sociale**

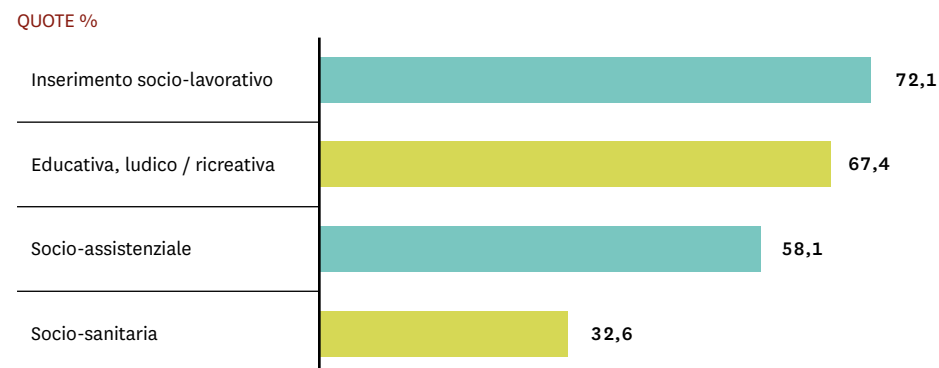


Fig. 71 – **Le iniziative dell'agricoltura sociale**

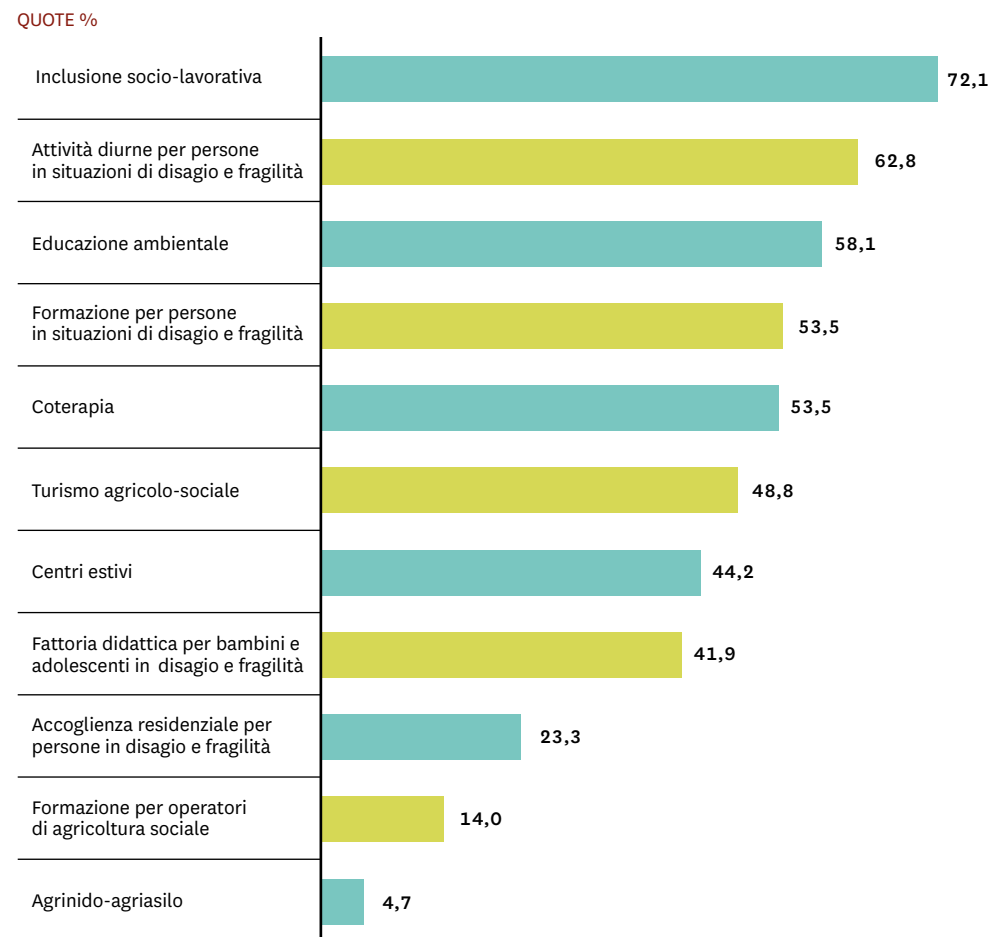
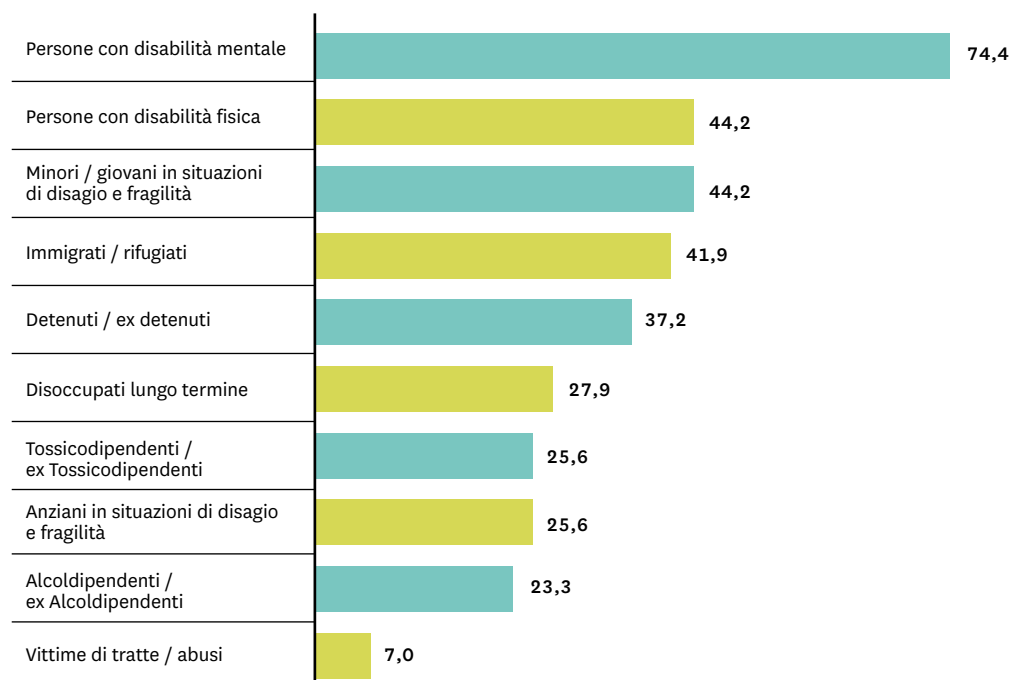


Fig. 72 – **Categorie di persone cui si rivolge l'agricoltura sociale**

QUOTE %



socio-lavorativa (72,1% degli intervistati), sono presenti attività diurne per persone svantaggiate (62,8%), iniziative di educazione ambientale (58,1%), formazione per persone svantaggiate (53,5%), attività di coterapia (53,5%), iniziative di turismo agricolo-sociale (48,8%). Un numero cospicuo di queste realtà organizza fattorie didattiche e centri estivi, un numero inferiore offre accoglienza residenziale o servizi di asilo nido.

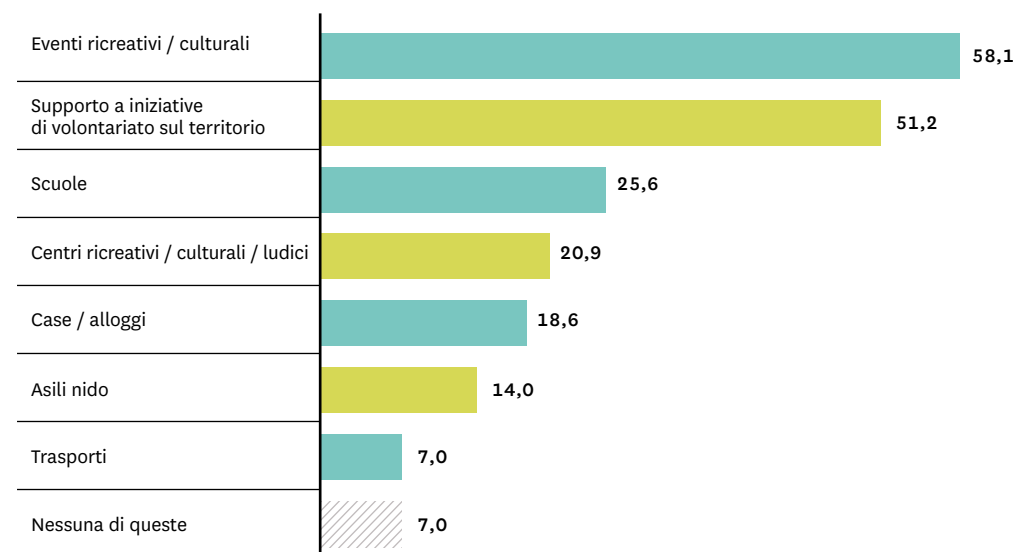
La platea di persone cui si rivolgono i soggetti dell'agricoltura sociale è molteplice: innanzitutto disabili psichici e fisici, ma anche minori in situazioni di disagio, immigrati e rifugiati, ex detenuti, disoccupati di lungo corso e persone con problemi di dipendenza da alcol o droghe.

Il 44% delle organizzazioni impiegano lavoratori extracomunitari

Il 44% delle organizzazioni impiegano lavoratori extracomunitari, in alcuni casi anche rifugiati politici, di cui spesso favorisce l'integrazione sociale attraverso formazione linguistica, mediazione culturale, supporto

Fig. 73 – **Welfare allargato alla comunità**

QUOTE %



burocratico e orientamento, accoglienza residenziale.

L'agricoltura sociale attiva reti e relazioni sul territorio: il 28% dei soggetti intervistati operano in collaborazione con associazioni, il 26% con istituzioni pubbliche, il 18% e il 16% rispettivamente con cooperative di tipo A (servizi alla persona) e B (inserimento lavorativo). Inoltre, queste realtà partecipano attivamente alla vita comunitaria in vari modi, ad esempio partecipando a eventi ricreativi e culturali o supportando iniziative di volontariato.

Appendice – Le aree del welfare aziendale

Previdenza integrativa

Il 27,6% delle PMI attuano iniziative di previdenza complementare. Gli istituti fondamentali in questo ambito sono i fondi pensione istituiti dai CCNL, che l'azienda può integrare versandovi contributi aggiuntivi (14,8%) oppure aderendo a fondi aggiuntivi (14,9%). È un'area fortemente caratterizzata dalle iniziative collettive nazionali, ma è rilevante il contributo delle imprese, anche tramite contratti di secondo livello o regolamenti aziendali.

Fig. 74 – Previdenza integrativa (Quote %)

INIZIATIVE	
Contributi aggiuntivi a carico dell'azienda a fondi di previdenza complementare	14,8
Assicurazioni o fondi di previdenza complementare aggiuntivi	14,9
TOTALE (almeno una iniziativa)	27,6
MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	53,0
Con un contratto integrativo aziendale	8,2
Con un regolamento aziendale	8,9
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	29,9
BENEFICIARI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
Alcune categorie di lavoratori	20,4
Tutti i lavoratori	79,6

Sanità integrativa

Le iniziative di sanità integrativa sono attuate dal 38,6% delle imprese. Prevale l'adesione al fondo sanitario di categoria (istituito dal CCNL), ma crescono anche le iniziative aziendali aggiuntive come le polizze sanitarie (10,0%) e l'adesione a fondi aziendali e interaziendali. Tra le PMI attive in quest'area, nella maggioranza dei casi (77,7%) le iniziative riguardano tutti i lavoratori, nell'11,5% dei casi si estendono anche ai familiari.

Fig. 75 – Sanità integrativa (Quote %)

INIZIATIVE	
Fondo chiuso di categoria	25,6
Polizza sanitaria aziendale	10,0
Fondo aziendale di secondo livello	4,3
Fondo aperto	2,0
TOTALE (almeno una iniziativa)	38,6
MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	62,5
Con un contratto integrativo aziendale	5,3
Con un regolamento aziendale	8,6
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	23,5
BENEFICIARI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
Alcune categorie di lavoratori	10,8
Tutti i lavoratori	77,7
Lavoratori e familiari	11,5

Servizi di assistenza

L'area dell'assistenza registra una leggera crescita, dall'11,7% al 13,8%, confermando tuttavia tassi di iniziativa ancora limitati. Rientrano in questo ambito numerose iniziative diverse; le più diffuse sono quelle relative alla prevenzione, lo sportello medico interno e le convenzioni con studi dentistici. In quest'area si bilanciano pressoché equamente le iniziative in applicazione dei CCNL e quelle promosse in autonomia dall'impresa.

Fig. 76 – Servizi di assistenza (Quote %)

INIZIATIVE			
Servizi medici di prevenzione, check-up, diagnosi	5,6	Altri servizi socio-sanitari, ad es. centri di recupero, assistenza psicologica, riabilitazione	1,4
Sportello medico interno	3,9	Assistenza a familiari anziani e non autosufficienti (erogazione servizi o rimborso spese)	1,2
Convenzioni con studi dentistici	3,4	Assegni per cure mediche specialistiche per i bambini, servizio pediatrico	1,3
Programmi / campagne per la salute e la prevenzione	1,8		
TOTALE (almeno una iniziativa)	13,8		
MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)			
In applicazione ai CCNL			47,4
Con un contratto integrativo aziendale			4,4
Con un regolamento aziendale			13,6
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento			34,6

Polizze assicurative

L'area assicurativa è tra quelle con il tasso di iniziativa più elevato: 46,0%. Oltre il 40% delle PMI prevedono coperture contro gli infortuni (in molti casi obbligatorie); le altre polizze registrano invece livelli di adozione più modesti. Quando presenti, le coperture assicurative riguardano più frequentemente tutti i lavoratori (74,8%) e raramente anche i familiari (3,0%).

Fig. 77 – Polizze assicurative (Quote %)

INIZIATIVE	
Polizza infortuni / invalidità	41,9
Assicurazione Caso Morte	13,2
Polizza viaggi dipendenti all'estero	3,1
Assicurazione perdita di impiego	1,7
Polizza famiglia / abitazione	0,7
Polizza per rischio di non autosufficienza	1,0
TOTALE (almeno una iniziativa)	46,0

MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	43,0
Con un contratto integrativo aziendale	3,9
Con un regolamento aziendale	9,5
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	43,6
BENEFICIARI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
Alcune categorie di lavoratori	22,2
Tutti i lavoratori	74,8
Lavoratori e familiari	3,0

Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori

Iniziative in quest'area sono attuate dal 43,3% delle PMI. Le più diffuse riguardano l'organizzazione oraria più flessibile (34,1%) e quelle a supporto della genitorialità (integrazione completa del congedo, permessi aggiuntivi, ...). Ancora una minoranza di imprese attua invece in maniera sistematica e formalizzata forme di lavoro a distanza. Prevale in quest'area l'iniziativa aziendale, nel 12,8% dei casi attraverso lo strumento del regolamento aziendale.

Fig. 78 – Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori (Quote %)

INIZIATIVE			
Flessibilità oraria oltre quella contrattuale	34,1	Servizi per disbrigo pratiche burocratiche, pagamenti, ...	1,0
Permessi aggiuntivi retribuiti per maternità / paternità	14,5	Convenzionamento con servizi di trasporto locale	0,6
Integrazione completa del congedo di maternità / paternità	12,9	Asili nido convenzionati nel territorio	0,6
Telelavoro (sempre all'esterno dei locali aziendali)	5,5	Scuole materne, centri gioco, dopo scuola	0,3
Smart-working (in parte nei locali aziendali in parte all'esterno)	5,3	Asili nido aziendali	0,6
Servizio di trasporto aziendale	1,5	Reperimento baby sitter	0,5
TOTALE (almeno una iniziativa)	43,3		
MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)			
In applicazione ai CCNL			37,8
Con un contratto integrativo aziendale			3,2
Con un regolamento aziendale			12,8
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento			46,1

Sostegno economico ai dipendenti

Il tasso di iniziativa delle imprese in quest'area è stabile, 34,7%. Le iniziative più diffuse riguardano le facilitazioni al lavoro (ticket restaurant aggiuntivi, mensa aziendale, partecipazione alle spese di trasporto). È un'area fortemente caratterizzata dall'iniziativa unilaterale aziendale, anche attraverso contratti di secondo livello (5,6%) o più spesso regolamenti aziendali (12,8%).

Fig. 79 – Sostegno economico ai dipendenti (Quote %)

INIZIATIVE			
Ticket restaurant oltre a quelli contrattuali	13,0	Convenzioni per l'acquisto di beni di consumo	6,5
Convenzionamento con mense / ristoranti nel territorio	9,8	Buoni benzina / Sostegno alle spese auto per il tragitto casa-lavoro	7,3
Mensa aziendale	10,1	Prestiti agevolati, microcredito, garanzie per i mutui, ...	1,9
Alloggi gratis o a prezzi agevolati	7,6	Rimborso abbonamenti mezzi pubblici	6,7
TOTALE (almeno una iniziativa)	34,7		
MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)			
In applicazione ai CCNL			23,4
Con un contratto integrativo aziendale			5,6
Con un regolamento aziendale			12,6
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento			58,4

Formazione per i dipendenti

L'area della formazione è una delle più presidiate dalle PMI: 45,3% (non è considerata la formazione obbligatoria). Prevalgono le iniziative di formazione professionale specialistica (35,3%), mentre restano ancora poco diffuse la formazione linguistica (6,7%) e le iniziative di valorizzazione del talento aziendale. Molto rilevante in questo ambito l'iniziativa individuale dell'impresa.

Fig. 80 – Formazione per i dipendenti (Quote %)

INIZIATIVE			
Formazione professionale specialistica / avanzata	35,3	Master / Business school per talenti	2,3
Partecipazione a convegni / giornate studio	22,8	Borse di studio	1,4
Formazione linguistica	6,7	Viaggi di studio all'estero	1,1
TOTALE (almeno una iniziativa)	45,3		

MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	18,1
Con un contratto integrativo aziendale	3,7
Con un regolamento aziendale	12,6
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	65,6

Sostegno all'istruzione di figli e familiari

Cresce ma resta marginale l'attività di sostegno all'istruzione dei giovani, dal 2,7% al 4,2%. Si tratta soprattutto di rimborso delle spese scolastiche, dei libri e materiali e dei servizi connessi. Nessuna delle iniziative ricomprese in quest'area supera il 2% di adozione.

Fig. 81 – Sostegno all'istruzione di figli e familiari (Quote %)

INIZIATIVE			
Rimborso dei libri di testo / materiali didattici	1,9	Rimborso spese asili nido e scuole materne	1,5
Rimborso spese scolastiche da scuola primaria (elementari) fino a secondaria (licei, istituti tecnici, ...)	2,0	Rimborso di servizi connessi alla scuola (trasporto scolastico, mensa, gite didattiche, dopo-scuola...)	0,9
Rimborso per viaggi di studio e istruzione	0,7	Orientamento scolastico / professionale	1,0
Rimborso spese universitarie e post-universitarie	1,3	Riconoscimento del merito scolastico (premi, borse di studio, ...)	0,5
TOTALE (almeno una iniziativa)	4,2		

MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	31,5
Con un contratto integrativo aziendale	13,7
Con un regolamento aziendale	22,8
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	32,1

Cultura e tempo libero

Iniziativa in questo ambito sono attuate dal 6,8% delle PMI (era il 5,8% lo scorso anno). Vi rientra un ampio spettro di possibili iniziative, la più diffusa delle quali è il convenzionamento con palestre e centri sportivi (3,7%). Quando presenti, tali iniziative sono in larga maggioranza attivate unilateralmente dalle imprese.

Fig. 82 – Cultura e tempo libero (Quote %)

INIZIATIVE			
Iniziative aziendali nell'area cultura / tempo libero	2,5	Viaggi / soggiorni ed altre esperienze ricreative	1,7
Convenzionamento con palestre / centri sportivi / centri benessere	3,7	Formazione extra-professionale (musica, teatro, fotografia, ...)	1,4
Abbonamenti a prodotti / servizi ricreativi e culturali (cinema, teatro, riviste, TV ...)	1,8	Centri estivi e invernali per i familiari	1,2
TOTALE (almeno una iniziativa)	6,8		

MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	12,0
Con un contratto integrativo aziendale	6,2
Con un regolamento aziendale	18,2
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	63,6

Sostegno ai soggetti deboli e integrazione sociale

Hanno segnalato la presenza di lavoratori disabili il 22,8% delle PMI e di lavoratori extracomunitari il 29,6%. Su queste, il tasso di iniziativa è del 36,5% per l'inclusione dei disabili, del 9,9% per gli altri soggetti deboli, del 31,0% per l'integrazione degli extracomunitari (soprattutto assistenza per pratiche burocratiche e formazione linguistica).

Fig. 83 – Sostegno ai soggetti deboli e integrazione sociale (Quote %)

Presenza in azienda di disabili	22,8	Presenza in azienda di lavoratori extra-comunitari	29,6
---------------------------------	------	--	------

INIZIATIVE			
Iniziative ad hoc per disabili *	36,5	Formazione linguistica per extra-comunitari **	9,5
Iniziative ad hoc per altri soggetti deboli (ex detenuti, tossicodipendenti, ..)	9,9	Mediazione culturale per extra-comunitari **	5,8
Assistenza pratiche burocratiche per extra-comunitari **	22,4	Sostegni per l'abitazione per extra-comunitari **	4,9
TOTALE (almeno una iniziativa)	17,1		

MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	24,8
Con un contratto integrativo aziendale	4,0
Con un regolamento aziendale	11,6
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	59,5

* Calcolato sulle aziende con lavoratori disabili. ** Calcolato sulle aziende con lavoratori extra-comunitari.

Sicurezza e prevenzione degli incidenti

È l'area con il tasso di iniziativa più elevato: 50,2%, considerando nel computo le sole iniziative aggiuntive a quelle obbligatorie. Il 35,9% delle PMI si impegnano in attività informative ed educative, il 28,5% hanno adottato codici di comportamento.

Fig. 84 – Sicurezza e prevenzione degli incidenti (Quote %)

INIZIATIVE	
Attività informative / educative	35,9
Codici di comportamento	28,5
Certificazioni volontarie	12,8
TOTALE (almeno una iniziativa)	50,2

MODALITÀ DECISIONALI (base: imprese con almeno una iniziativa)	
In applicazione ai CCNL	39,2
Con un contratto integrativo aziendale	3,3
Con un regolamento aziendale	13,2
Unilateralmente dall'azienda senza accordi contrattuali / regolamento	44,3

Welfare allargato alla comunità

Attuano iniziative in favore della comunità il 24% delle imprese. Prevale il supporto ad associazioni o iniziative di volontariato e il contributo all'organizzazione di eventi culturali e ricreativi sul territorio.

Fig. 85 – Welfare allargato alla comunità (Quote %)

INIZIATIVE			
Contributo / supporto a iniziative di volontariato	12,0	Scuole	2,6
Eventi ricreativi / culturali	8,3	Case / alloggi	2,0
Acquisto di beni di utilità per la collettività	3,5	Trasporti	1,1
Centri ricreativi / culturali / ludici	2,7	Asili nido	0,8
Adozioni a distanza / iniziative di accoglienza	1,9		
TOTALE (almeno una iniziativa)	24,0		

Appendice – Analisi territoriale

Si propone di seguito una lettura territoriale dei principali indicatori di sviluppo del welfare aziendale nelle PMI. Abbiamo scelto di adottare la convenzionale aggregazione territoriale su 4 macro-aree geografiche:

Nord-Ovest: Liguria, Lombardia, Piemonte, Valle d'Aosta.

In questa macro-area sono presenti 179 mila PMI (da 6 a 1.000 addetti), il 27,5% dell'universo di riferimento dell'indagine Welfare Index PMI.

Nord-Est: Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Veneto, Trentino-Alto Adige.

164 mila PMI, 25% del totale.

Centro: Lazio, Marche, Toscana, Umbria.

123 mila PMI, 19% del totale.

Sud e Isole: Abruzzo, Basilicata, Calabria, Campania, Molise, Puglia, Sardegna e Sicilia.

185 mila PMI, 28,5% del totale.

Attività di welfare aziendale e diffusione delle iniziative

Il tasso di iniziativa delle PMI evidenzia una certa variabilità tra le quattro macro-aree, ma le differenze non sono eclatanti e anzi si attestano nell'ordine di pochi punti percentuali.

La percentuale di imprese attive, con iniziative in almeno 4 delle 12 aree, è superiore al Nord (51,2% nel Nord-Est e 45,9% nel Nord-Ovest) e decresce al Centro e soprattutto al Sud, dove si attesta al di sotto del 40%. Se si considerano invece le imprese molto attive, che coprono almeno 6 delle 12 aree, le differenze tra regioni settentrionali e centro-meridionali sono più sfumate.

Il livello di dinamismo, misurato dalla percentuale di PMI che hanno accresciuto il proprio welfare aziendale nell'ultimo anno, è piuttosto

allineato tra le 4 macro-aree poco al di sopra del 20%; più accentuata l'attività delle PMI del Nord-Est: 27,4%, oltre 4 punti percentuali oltre la media nazionale.

Per quanto attiene alle prospettive del welfare aziendale nel medio periodo, la percentuale di PMI che prevedono un incremento dell'attività a 3-5 anni tocca il valore più elevato nel Nord-Ovest (51,9%) e quello più basso nelle regioni del Centro (43,0%).

Anche l'analisi della diffusione delle iniziative nelle dodici aree del welfare aziendale evidenzia una certa omogeneità sul territorio, con scostamenti contenuti rispetto alla media nazionale. Fanno eccezione le due aree della previdenza integrativa e della sanità integrativa, nelle quali il Sud Italia sconta un ritardo significativo: in entrambi i casi la differenza con le regioni del Nord è di circa 10 punti percentuali in termini di diffusione.

Politiche aziendali e coinvolgimento dei lavoratori

Le quattro macro-aree mostrano alcune differenze anche in relazione alle policy di welfare adottate. Anche per questi indicatori le distanze sono nel complesso piuttosto contenute.

Le PMI del Nord Italia si confermano mediamente più intraprendenti: la percentuale di PMI con almeno una iniziativa aggiuntiva rispetto a quelle previste dai CCNL tocca il 71,7% nel Nord-Est, per scendere al 61,7% nel Sud Italia e al 60,4% nel Centro. Anche la propensione a sostenere costi aggiuntivi per il welfare aziendale segue una dinamica simile, dal 46,5% nel Nord-Ovest al 37,9% nel Sud e al 35,2% nel Centro.

Con riguardo alle fonti istitutive del welfare aziendale, il livello di adozione dei CCNL è omogeneo sul territorio, quello dei contratti integrativi e regolamenti è solo di poco superiore al Nord rispetto al Centro e al Sud.

Nessuna differenza di rilievo per quanto riguarda invece il livello di coinvolgimento dei sindacati e dei lavoratori: i dati delle quattro macro-aree sono del tutto allineati alla media nazionale.

Fig. 86 – Attività di welfare aziendale per macro-area geografica (Quote %)

		MEDIA GENERALE	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
AMPIEZZA DEL WELFARE AZIENDALE	Aziende MOLTO ATTIVE (almeno 6 aree di welfare aziendale attivate)	19,6	22,8	21,8	14,6	17,8
	Aziende ATTIVE (almeno 4 aree di welfare aziendale attivate)	45,9	49,1	51,2	43,6	38,9
VARIAZIONI DELLE INIZIATIVE DI WELFARE AZIENDALE	Aziende che hanno accresciuto il welfare aziendale nell'ultimo anno (lancio di nuove iniziative e/o potenziamento di iniziative esistenti)	23,1	22,5	27,4	21,0	21,2
PROSPETTIVE DEL WELFARE AZIENDALE	Aziende intenzionate ad accrescere il welfare aziendale nei prossimi 3-5 anni (molto + abbastanza)	49,7	51,9	46,6	43,0	47,8

Fig. 87 – Tassi di iniziativa per aree del welfare aziendale per macro-area geografica (% di imprese con almeno una iniziativa per area)

	MEDIA GENERALE	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole		MEDIA GENERALE	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
Previdenza integrativa	27,6	30,7	30,2	27,2	20,8	Formazione per i dipendenti	45,3	43,9	46,1	35,7	43,0
Sanità integrativa	38,6	42,2	43,0	33,6	30,7	Sostegno all'istruzione di figli e familiari	4,2	4,9	5,7	3,5	2,6
Servizi di assistenza	13,8	13,4	17,2	12,0	12,6	Cultura e tempo libero	6,8	8,0	6,9	5,2	5,4
Polizze assicurative	46,0	45,0	48,4	45,1	46,0	Sostegno ai soggetti deboli e integrazione sociale	17,1	19,4	18,4	12,8	17,5
Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori	43,3	44,6	45,9	40,3	42,2	Sicurezza e prevenzione degli incidenti	50,2	51,3	50,5	47,4	50,8
Sostegno economico ai dipendenti	34,7	36,5	37,4	33,5	33,0	Welfare allargato alla comunità	24,0	24,8	23,8	22,3	24,8

Fig. 88 – Politiche aziendali e coinvolgimento dei lavoratori per macro-area geografica (Quote %)

		MEDIA GENERALE	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
CONSAPEVOLEZZA DEGLI OBIETTIVI SOCIALI DELL'IMPRESA DA PARTE DELLA PROPRIETÀ / MANAGEMENT	Molto / abbastanza aumentata negli ultimi 2-3 anni	33,5	38,3	34,5	30,4	29,0
FONTI DEL WELFARE AZIENDALE	Aziende che applicano un CCNL (Contratto Collettivo Nazionale Lavoro)	94,6	95,3	96,5	93,8	93,9
	Aziende con un contratto integrativo aziendale / interaziendale / regolamento aziendale	22,8	24,2	25,1	20,4	20,3
PROATTIVITÀ DELLE DECISIONI DI WELFARE	Aziende con almeno un'iniziativa di welfare aziendale non legata ai contratti nazionali	66,2	68,9	71,7	60,4	61,7
COINVOLGIMENTO DI SINDACATI E LAVORATORI	Aziende che coinvolgono i sindacati nelle decisioni di welfare aziendale	23,5	23,8	24,7	23,7	22,4
	Aziende che coinvolgono i lavoratori nelle decisioni di welfare aziendale	51,6	51,3	52,1	50,4	52,8
COSTO DEL WELFARE AZIENDALE	Aziende che sostengono costi aggiuntivi per il welfare aziendale	40,4	46,5	40,4	35,2	37,9

Gli impatti del welfare aziendale e i fattori di successo

Le differenze più significative tra le quattro macro-aree, e in particolare tra regioni settentrionali e meridionali, emergono su due ambiti, strettamente connessi tra loro:

- la conoscenza da parte delle imprese: la percentuale di imprese che dichiarano di conoscere molto o abbastanza bene le norme e gli incentivi fiscali sul welfare aziendale è pari al 19,6% nel Sud Italia, contro il 30% circa nel Nord;
- la conoscenza da parte dei lavoratori: appena il 16,5% delle PMI del Sud ritengono che i propri lavoratori conoscano bene le iniziative di welfare attivate, tra le PMI del Nord-Ovest la percentuale raggiunge il 29,7%. Tuttavia, il livello di gradimento per i servizi è simile.

Fig. 89 – Gli impatti del welfare aziendale e i fattori di successo per macro-area geografica (Quote %)

		MEDIA GENERALE	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole
CONOSCENZA DI NORME E INCENTIVI FISCALI	Conoscenza molto / abbastanza precisa e dettagliata	26,7	30,2	29,2	26,3	19,6
RICONOSCIMENTO DEL VALORE DEL WELFARE AZIENDALE DA PARTE DEI LAVORATORI	Aziende secondo cui i lavoratori conoscono molto / abbastanza i servizi di welfare	22,9	29,7	22,1	21,8	16,5
	Aziende secondo cui i lavoratori gradiscono molto / abbastanza i servizi di welfare	33,4	35,4	32,2	32,3	33,0
IMPATTO SUI RISULTATI DI BUSINESS	Effetti positivi sulla produttività del lavoro	36,3	37,3	35,4	33,8	39,1
	Effetti positivi sulla fidelizzazione dei lavoratori	41,0	41,6	39,1	39,8	43,9
	Effetti positivi sulla soddisfazione dei lavoratori e il clima aziendale	43,7	46,1	41,5	42,8	44,0
	Effetti positivi su immagine e reputazione aziendale	42,4	45,1	41,3	35,2	46,0
NETWORKING: RETI E ALLEANZE	Aziende con alleanze / adesione a servizi comuni	8,0	9,8	7,7	6,5	7,0
NECESSITÀ DI SUPPORTO	Aziende che ritengono importanti / prioritari servizi comuni a cui associarsi	37,1	40,4	35,3	33,7	40,2
	Aziende che ritengono importanti / prioritari accordi con altre imprese nel territorio	31,7	31,4	28,6	25,8	35,2
	Aziende che ritengono importante / prioritaria l'informazione e la consulenza da parte delle associazioni imprenditoriali	43,8	47,0	42,5	40,8	44,9

Non stupisce perciò che sia proprio nelle regioni meridionali dove la domanda di supporti da parte delle PMI sia più forte: servizi comuni a cui associarsi, soluzioni di networking e accordi con altre imprese, informazione e consulenza da parte delle associazioni imprenditoriali possono giocare un ruolo chiave per diffondere la conoscenza e abilitare l'attività delle PMI.

In termini di impatto del welfare aziendale sul business le differenze sono invece molto sfumate: come evidenziato in altri punti di questo rapporto, il fattore dirimente non è il territorio, quanto il livello di attività, le scelte di policy e in particolare la definizione di un progetto aziendale focalizzato per obiettivi e bisogni.

Appendice – La ricerca: campione e metodo

Welfare Index PMI, giunto alla quarta edizione, si basa su un'indagine annuale sulle piccole e medie imprese italiane dalla quale scaturiscono tre risultati:

- **il rapporto Welfare Index PMI**, che offre un quadro analitico dello stato dell'arte e delle tendenze del welfare aziendale in Italia, ad uso di istituzioni, policy maker, imprese e osservatori scientifici;
- **l'indice Welfare Index PMI**, un servizio riservato a tutte le imprese partecipanti, che permette loro di misurare analiticamente il proprio livello di welfare aziendale, complessivo e per singola area, e compararlo con la media e il top performer del proprio settore di appartenenza;
- **il rating Welfare Index PMI**, espressione sintetica del livello di welfare aziendale raggiunto, comunicabile al mercato.

Principale oggetto dell'indagine sono le iniziative di welfare aziendale adottate dalle PMI italiane, a loro volta raggruppate in dodici aree (invariate rispetto alle edizioni 2018 e 2017). Altri ambiti di indagine riguardano le politiche adottate dall'impresa e i risultati ottenuti.

L'indagine si è svolta in due fasi tra novembre 2018 e febbraio 2019.

Prima fase – Indagine estensiva

La prima fase, di carattere quantitativo, è stata condotta con metodologia mista telefonica (CATI) e online (CAWI) su un campione di 4.561 imprese. Rispetto all'edizione 2018, quando furono intervistate 4.014 imprese, l'incremento è del 14%. Dalla prima rilevazione del 2016 (2.014 imprese intervistate), la partecipazione all'indagine è più che raddoppiata.

L'indagine 2019 si è rivolta al medesimo target dello scorso anno, costituito dalle imprese con un numero di lavoratori in Italia compreso tra 6 e 1.000.

La figura 91 mostra la distribuzione del campione. La rappresentatività è risultata molto elevata su entrambe le principali variabili: settore produttivo e classe dimensionale (numero di addetti).

Il numero di imprese che rientrano nel target prefissato è pari a 4.435. La differenza rispetto al totale (4.561) è data da 126 imprese con più di 1.000 addetti. In quanto fuori target, i dati relativi a questo segmento non sono analizzati nel rapporto.

Come per gli anni precedenti, sono state invece incluse le imprese al di sotto dei 6 lavoratori, per rendere conto della rilevanza delle microimprese nel sistema produttivo italiano. L'inclusione di tali imprese è altresì imprescindibile in alcuni settori, su tutti studi e servizi professionali e artigianato, dove prevale largamente l'impresa di piccole dimensioni.

L'universo di riferimento di Welfare Index PMI è rappresentato nella sua composizione nella figura 92. Si tratta di 651.976 imprese, l'11,1% circa del totale delle imprese attive in Italia (stimate in 5.880.810).

I risultati ottenuti sul campione di imprese intervistate sono stati espansi all'universo di riferimento attraverso l'applicazione di coefficienti in funzione di tre variabili:

- macro-area geografica (Nord-Ovest, Nord-Est, Centro, Sud e Isole);
- settore produttivo (6 settori: industria, commercio e servizi, studi e servizi professionali, artigianato, agricoltura, terzo settore);
- classe dimensionale (meno di 10 addetti, da 10 a 50, da 51 a 100, da 101 a 250, da 251 a 1.000).

Fig. 90 – Imprese partecipanti a Welfare Index PMI

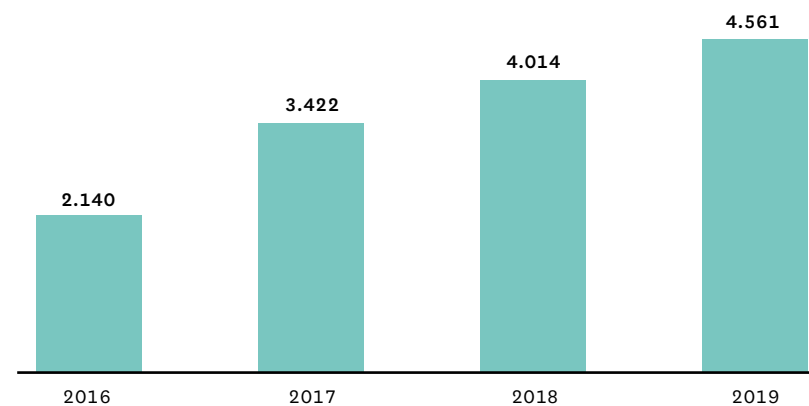


Fig. 91 – Il campione di imprese partecipanti all'indagine

	Classi dimensionali: addetti							TOTALE	
	Oltre 1.000	Da 250 a 1.000	Da 101 a 250	Da 51 a 100	Da 10 a 50	Da 6 a 9	Meno di 6		
Industria	76	178	437	452	409	72	96	1.720	1.534
Commercio e servizi	39	55	12	101	224	113	217	876	
Studi e servizi professionali	1	4	10	11	178	171	283	658	
Artigianato	0	1	1	5	195	130	273	605	
Terzo Settore	9	6	40	72	209	50	119	505	
Agricoltura	1	8	12	18	40	21	54	154	197
Agricoltura sociale *	0	0	0	1	17	11	14	43	
TOTALE	126	252	627	660	1.272	568	1.056	4.561	
Target: 4.435 PMI E MICROIMPRESE									

Nota: l'indagine sull'agricoltura sociale è stata effettuata parallelamente all'indagine generale attraverso la somministrazione di un questionario specifico.

Seconda fase – Indagine in profondità

La seconda fase dell'indagine, di carattere qualitativo, è stata condotta tramite interviste telefoniche in profondità su un campione di 104 imprese, già intervistate nella prima fase, scelte tra quelle che avevano ottenuto i punteggi di indice Welfare Index PMI più elevati.

Obiettivo di questa fase è l'approfondimento dei casi aziendali: ambiti di attività ed evoluzione storica, caratteristiche del sistema di welfare, policy adottate, progetti e iniziative attuati, impatto percepito su lavoratori e risultati di business. I risultati di questa fase hanno permesso di:

- corroborare i risultati dell'indagine estensiva arricchendoli con elementi qualitativi utili alla comprensione dei fenomeni;
- portare alla conoscenza alcune storie aziendali di successo (best practice): una selezione di queste è contenuta nell'ultima parte di questo rapporto.

Fig. 92 – Il sistema produttivo italiano e l'universo dell'indagine

	Classi dimensionali: addetti							TOTALE
	Oltre 1.000	Da 250 a 1.000	Da 101 a 250	Da 51 a 100	Da 10 a 50	Da 6 a 9	Meno di 6	
Industria	213	1.278	3.431	6.606	51.844	36.722	204.563	304.657
Commercio e servizi	398	1.595	3.530	6.607	82.536	99.809	1.738.593	1.933.068
Studi e servizi professionali	75	223	665	1.045	12.634	20.237	1.045.794	1.080.673
Artigianato	0	6	49	223	37.084	53.092	982.060	1.072.514
Terzo Settore	62	277	866	1.500	10.142	6.487	324.068	343.402
TOTALE	748	3.379	8.541	15.981	194.240	216.347	4.295.078	4.734.314
		Oltre 2.500 gg.	Da 501 a 2.500 gg.	300-500 gg.	Fino a 300 gg.			TOTALE
Agricoltura + Agricoltura sociale		2.869	94.096	116.523	933.008			1.146.496

UNIVERSO WELFARE INDEX PMI 2019
651.976 imprese (11,1% totale)

TOTALE IMPRESE PRIVATE IN ITALIA: 5.880.810

Elaborazioni e stime Innovation Team su dati ISTAT (2016 per tutti i settori).

Note: per evitare duplicazioni, i dati relativi all'industria e al commercio e servizi sono al netto delle imprese a carattere artigianale, conteggiate invece nel settore Artigianato. I dati relativi al Commercio e Servizi sono al netto di quelli relativi ai comparti che formano il settore degli Studi e servizi professionali. Per l'agricoltura si è stimato il numero degli addetti sulla base del numero di giornate lavorate e il numero medio di giornate lavorate per addetto.

**II rating
Welfare Index
PMI**

Il rating Welfare Index PMI

Due strumenti al servizio delle imprese

Welfare Index PMI ha come obiettivo costitutivo quello di stimolare la conoscenza e la cultura del welfare aziendale tra le piccole e medie imprese italiane. Questo, anche attraverso un servizio personalizzato grazie al quale le imprese possono verificare il livello di welfare aziendale raggiunto e comunicarlo all'esterno.

Questo servizio è riservato a tutte le imprese partecipanti all'indagine ed è accessibile in via riservata in un'apposita area del sito welfareindexpmi.it. Il sistema di valutazione si concretizza in due strumenti: indice Welfare Index PMI e rating Welfare Index PMI.

Alla base di entrambi c'è un algoritmo di calcolo che, elaborando oltre cento variabili rilevate con l'indagine, restituisce per ciascuna impresa un punteggio che ne sintetizza il livello di welfare aziendale. Tale valore è denominato Indice Welfare Index PMI e consente alle imprese di verificare il proprio livello di welfare e il suo andamento nel tempo, confrontandosi con i migliori casi e con la media del proprio settore di appartenenza.

Il secondo strumento è il Rating Welfare Index PMI, una rappresentazione simbolica immediata e riconoscibile con cui le imprese possono comunicare al mercato il proprio livello di welfare aziendale.

Le imprese partecipanti sono raggruppate in cinque classi di rating:


-  - Welfare Champion
-  - Welfare Leader
-  - Welfare Promoter
-  - Welfare Supporter
-  - Welfare Accredited

Fig. 93 – Classi di rating e numerosità delle imprese






Rating	N. aziende 2017	N. aziende 2018	N. aziende 2019	Motivazione
 Welfare Champion	22 0,7%	38 1,0%	68 1,5%	Imprese con un sistema di welfare aziendale caratterizzato da ampiezza molto rilevante (iniziative in almeno 8 aree secondo la classificazione Welfare Index PMI), intensità elevata (normalmente più di un'iniziativa per area anche oltre le misure previste dai CCNL), orientamento all'innovazione sociale, rilevante impegno economico-organizzativo e sistematico coinvolgimento dei lavoratori.
 Welfare Leader	83 2,6%	160 4,1%	205 4,7%	Imprese con un sistema di welfare aziendale caratterizzato da ampiezza rilevante (con iniziative in almeno 6 aree secondo la classificazione Welfare Index PMI), discreta intensità (più di una iniziativa in alcune aree, anche oltre le misure previste dai CCNL) e coinvolgimento dei lavoratori.
 Welfare Promoter	546 17,1%	738 18,9%	868 19,8%	Imprese con un sistema di welfare aziendale caratterizzato da ampiezza superiore alla media (con iniziative in 5 o 6 aree della classificazione Welfare Index PMI), discreta intensità (più di una iniziativa in alcune aree), presenza di iniziative autonome oltre le misure previste dai CCNL.
 Welfare Supporter	1.471 46,2%	1.815 46,5%	1.911 43,5%	Imprese con ampiezza media di welfare aziendale, attive in 3 o 4 aree secondo la classificazione Welfare Index PMI.
 Welfare Accredited	1.063 33,4%	1.153 29,5%	1.340 30,5%	Imprese nella fase iniziale di sviluppo del welfare aziendale, attive fino a 3 aree secondo la classificazione Welfare Index PMI.

Fig. 94 – Classi di rating per settori produttivi e dimensione di impresa

SETTORE DI ATTIVITÀ	TOTALE		Industria		Commercio e servizi		Studi professionali		Artigianato		Agricoltura		Terzo settore	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	TOTALE	4.392	100%	1.644	100%	837	100%	657	100%	605	100%	153	100%	496
Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ	68	1,5%	25	1,5%	16	1,9%	5	0,8%	4	0,7%	6	3,9%	12	2,4%
Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ	205	4,7%	117	7,1%	39	4,7%	9	1,4%	1	0,2%	4	2,6%	35	7,1%
Ⓜ Ⓜ Ⓜ	868	19,8%	395	24,0%	153	18,3%	93	14,2%	62	10,2%	19	12,4%	146	29,4%
Ⓜ Ⓜ	1.911	43,5%	735	44,7%	382	45,6%	286	43,5%	232	38,3%	68	44,4%	208	41,9%
Ⓜ	1.340	30,5%	372	22,6%	247	29,5%	264	40,2%	306	50,6%	56	36,6%	95	19,2%

DIMENSIONE DI IMPRESA (numero lavoratori)	TOTALE		Meno di 10		Da 10 a 50		Da 51 a 100		Da 101 a 250		Da 251 a 1.000	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
	TOTALE	4.392	100%	1.599	100%	1.255	100%	659	100%	627	100%	252
Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ	68	1,5%	5	0,3%	14	1,2%	13	2,1%	18	2,9%	18	7,1%
Ⓜ Ⓜ Ⓜ Ⓜ	205	4,7%	14	0,9%	41	3,2%	50	7,4%	57	9,1%	43	17,1%
Ⓜ Ⓜ Ⓜ	868	19,8%	162	10,1%	260	20,7%	157	23,8%	191	30,5%	98	38,9%
Ⓜ Ⓜ	1.911	43,5%	669	41,8%	561	44,7%	332	50,4%	281	44,7%	68	27,0%
Ⓜ	1.340	30,5%	749	46,8%	379	30,2%	107	16,2%	80	12,8%	25	9,9%

Nel 2019 le imprese che hanno raggiunto il livello di Welfare Champion sono 68; nel 2018 erano 38, nel 2017 (anno di introduzione del sistema di rating) erano 22. Si tratta delle realtà caratterizzate dal sistema di welfare più ampio (per numero di aree attivate) e che si distinguono per numerosità e intensità delle iniziative, livello di coinvolgimento dei lavoratori e impegno economico e organizzativo.

La figura 94 mostra la distribuzione delle cinque classi di rating tra i settori produttivi e le classi dimensionali. La figura 95 visualizza invece il tasso di iniziativa nelle dodici aree delle imprese raggruppate per classi di rating.

Fig. 95 – Tassi di iniziativa per classi di rating e aree di welfare

PERCENTUALE DI IMPRESE CON ALMENO UNA INIZIATIVA NELLE AREE DEL WELFARE AZIENDALE



L'algoritmo di calcolo di Welfare Index PMI: nota metodologica

Il modello di calcolo è basato su tre macro-indicatori generali, a loro volta costruiti su 40 macro-variabili e 130 micro-variabili:

1. Ampiezza e contenuto delle iniziative

Determina il 70% del risultato complessivo ed è prodotto a partire dai punteggi ottenuti in ciascuna delle dodici aree del welfare aziendale sulla base di:

- numerosità e contenuto delle iniziative;
- estensione della popolazione aziendale beneficiaria;
- modalità di applicazione delle iniziative e livello di proattività dell'impresa.

2. Gestione delle politiche di welfare aziendale

Produce il 20% del risultato complessivo e valuta le caratteristiche generali del sistema di welfare.

Alcuni dei parametri considerati sono:

- grado di coinvolgimento dei dipendenti;
- centralità del welfare nelle scelte aziendali;
- impegno economico;
- impatto sociale ed economico percepito;
- conoscenza e gradimento delle iniziative da parte dei lavoratori.

3. Originalità e distintività delle iniziative

Determina il restante 10% del risultato complessivo ed è frutto di valutazioni qualitative degli elementi caratterizzanti l'iniziativa aziendale.



- **AEPI Industrie** Srl
- **Agrimad** Società Agricola Srl
- **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
- **Brovedani Group** SpA
- **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 Furfaro**
- **Studio Sila Tommaso**
- **Trilli Paolo, Iascone, Merelli, Papini & C.** Sas
- **UMBRAGROUP** Spa
- **Verde Bio Natura**
- **Welcome Italia** Spa

I migliori esempi di welfare aziendale

Tramandare la conoscenza crea occupazione

Per dare prospettive ai giovani del territorio e continuità al mestiere, Agrimad ha esteso la formazione anche ai figli dei dipendenti.

Settore:

Agricoltura

Welfare Index PMI 2019:

1° classificato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Sanità integrativa**
- **Sostegno economico per i dipendenti**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Previdenza integrativa**

Dipendenti:

da 51 a 100

Agrimad

Agrimad, nata nel 1984 come allevamento di suino calabrese allo stato brado, nel corso degli anni ha allargato la sua attività alla coltivazione degli ulivi e del peperoncino calabrese. L'azienda ha scelto di mettere la comunità al centro dell'impresa. Questa strategia ha permesso politiche occupazionali in una zona con elevato tasso migratorio e i dipendenti oggi sono più di 80. Fondamentale il rapporto con il territorio e con il capitale umano: la maggior parte dei lavoratori proviene dal paese di San Demetrio Corone o da zone limitrofe e l'azienda pone grandissima attenzione ai giovani, con l'obiettivo di trasmettere la passione per il lavoro agricolo e ha attivato corsi di formazione non solo per i propri collaboratori, ma anche per i figli dei dipendenti, in modo da favorire il trasferimento delle competenze produttivo agricolo e raggiungendo anche l'obiettivo di far sentire ciascuno un elemento fondamentale della filiera.

In questo modo Agrimad si impegna anche a garantire la continuità di un mestiere e l'occupazione in un territorio svantaggiato, assumendo giovani del territorio, in alcuni casi entrambi i coniugi, parenti, e figli, combattendo la necessità di dover emigrare. A partire dal 1990, l'azienda ha iniziato il lavoro di ricerca sul suino nero di Calabria nelle aree della Sila greca e Aspromonte e, dopo un lungo percorso di selezione e recupero della genetica originaria che si era estinta nel 2010 e ha brevettato il processo di lavorazione della razza, diventando uno degli allevamenti di suino nero calabrese più importanti d'Italia. Infine, ogni anno vengono organizzati incontri che uniscono la condivisione di risultati e obiettivi, a momenti conviviali che coinvolgono tutta l'azienda.

I migliori esempi di welfare aziendale

Agricoltura



“Poniamo grandissima attenzione ai giovani, con l’obiettivo di trasmettere la passione per il lavoro agricolo e far sentire ciascuno un elemento fondamentale della filiera.”

– Ernesto Madeo, Presidente

Agrimad Società Agricola Srl

C.da Filla, snc

– 87069 San Demetrio Corone (CS)

+39 0984 956850

www.madeofood.com

info@flieramadeo.it

AGRIMAD

Una maternità coi fiocchi

Fiocchi in B+B è il programma per le mamme in dolce attesa che offre supporto in ogni momento della maternità.

Settore:

Industria

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:

da 31 a 50

B+B International

B+B International è una software house fondata nel 1993. Molta attenzione viene data alla maternità con un progetto dedicato "Fiocchi in B+B", un programma di conciliazione vita e lavoro per le mamme in dolce attesa diventato parte integrante del Regolamento aziendale: gestione della burocrazia necessaria per attivare la maternità, pratiche per i vari bonus concessi dalla legge (maternità, asilo nido), rimborsi sanitari previsti dal fondo di categoria. Supporto anche durante tutto il periodo di maternità e al rientro con colloqui di orientamento e disponibilità verso richieste di maggiore flessibilità e part-time. Da due anni è attiva la piattaforma di flexible benefit: l'azienda versa un credito welfare per i propri dipendenti slegato però dai premi di risultato. I collaboratori sono stati suddivisi per tipologia (single, sposati con figli, sposati senza figli, genitori single) e a ciascuna tipologia è stato versato un credito welfare dedicato con dei servizi creati appositamente per le loro esigenze, dalla formazione propria a quella dei figli, rimborso asilo nido, assistenza, cultura e tempo libero. In generale, un ampio programma di conciliazione che prevede lo smart-working per tutti quelli che ne hanno bisogno (in particolare per chi abita lontano), concessione part-time o riduzione orario, flessibilità in entrata o uscita. Dal 2018 sono stati inseriti nel piano welfare anche il Microcredito e lo Screening per il tumore al seno a carico dell'azienda.

L'assistenza sanitaria offerta è più ampia del piano base di categoria: prevede rimborso spese ed è attiva una convenzione con un centro di medicina per programmi di prevenzione che non rientrano nel fondo di categoria. Attive anche convenzioni con ritorsoranti, ottici, assicurazioni della zona.



Sotto, da sinistra: Andrea Tizian, Quality System Manager; Luciano Bortolini, Amm. and Control Manager; Davide Dal Col, Sales Manager; Enrico Basso, R&D Manager

“Il welfare è uno strumento utile per migliorare la vita dei nostri collaboratori e ciò si ripercuote sul clima aziendale e sulla produttività.”

– Federica Gallina, Responsabile Risorse Umane e Welfare



B+B International Srl Uninominale

Vicolo Boccacavalla, 3/F

– 31044 Montebelluna (TV)

+39 0423 289090

www.bbinternational.com

info@bbinternational.com

Una grande famiglia del mondo

L'azienda considera l'integrazione, la correttezza e la trasparenza fra i dipendenti alla base del successo professionale.

Settore:

Agricoltura

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Welfare allargato alla comunità**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori**

Dipendenti:

da 251 a 500

Colle D'Oro

L'azienda agricola Colle d'oro, fondata nel 1974, si occupa di produzione e commercializzazione orto-frutticola. Oggi è un'importante realtà agricola siciliana specializzata nella produzione di ortaggi in serra e in pieno campo con un calendario produttivo che va da settembre a giugno. L'azienda, che si configura come un'organizzazione di produttori, commercializza i propri prodotti sia in Italia sia all'estero.

L'azienda si contraddistingue per una particolare attenzione ai temi dell'integrazione sociale e culturale, elementi considerati alla base del successo professionale. La gestione del personale è improntata a correttezza e trasparenza, caratteristiche che si rispecchiano anche sui luoghi di lavoro abbelliti con targhe, foto del personale impiegato, pannelli con frasi e poesie in tre lingue: italiano, inglese e arabo. Colle d'Oro pone grande attenzione all'inserimento sociale e culturale, sostenendo l'integrazione dei circa 200 dipendenti stranieri, cercando di aiutarli al meglio per adattarsi alle nuove condizioni, creando anche gruppi di lavoro misti e feste aziendali ad esempio per la Vigilia di Natale, con l'obiettivo di creare il clima di una grande famiglia.

Attenzione anche all'area della conciliazione vita e lavoro con una serie di iniziative che rispondano alle esigenze dei dipendenti: ad esempio flessibilità oraria quando possibile, permessi aggiuntivi per maternità e paternità, servizio di trasporto aziendale.

Da segnalare anche l'attenzione all'impatto ambientale: in azienda vengono infatti applicati modelli colturali che mettono in pratica principi e metodi sostenibili rispettosi delle risorse naturali quali acqua, fertilità del suolo, biodiversità, senza l'utilizzo di sostanze chimiche inquinanti.

L'azienda ha partecipato alla convezione di un pulmino per disabili e si occupa della ristrutturazione di parchi e giardini locali.

“Quello che ci contraddistingue sono le iniziative di integrazione sociale e culturale. Lo facciamo per stare bene, per una forma di rispetto reciproco.”

– Carmelo Calabrese, Direttore Commerciale



COLLE D'ORO
Società Consortile Agricola Arl

C.da Bufali, cp 68

– 97014 Ispica (RG)

+39 0932 959413

www.colledoro.com

info@colledoro.com



Lo Yin e lo Yang portano l'armonia al lavoro

Gli ambienti sono progettati secondo i principi feng-shui, per renderli confortevoli e stimolare l'interazione fra le persone.

Settore:

Commercio e Servizi

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Cultura e tempo libero**
- **Previdenza integrativa**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:

da 31 a 50

Connecthub

Connecthub offre servizi di logistica e trasporti, servizi IT e servizi di consulenza in ambito supply chain, privilegiando l'utilizzo di tecnologie di movimentazione e trasporto che minimizzano l'impatto ambientale. Il welfare aziendale comprende una serie di iniziative finalizzate al benessere dei dipendenti, con l'obiettivo di valorizzare le persone nella loro interezza, sia come lavoratori e allo stesso tempo genitori e figli.

L'azienda è convinta che un luogo di lavoro bello e piacevole aumenti il benessere e la produttività dei propri collaboratori. Per questo tutti gli ambienti sono stati progettati secondo i principi feng-shui, antica arte cinese che insegna ad organizzare lo spazio in modo armonico e benefico per la salute fisica e mentale. Tutti gli spazi sono pensati per accrescere le possibilità di interagire e comunicare in un ambiente confortevole e bello.

L'azienda si occupa anche di promuovere il benessere e la salute: i dipendenti possono usufruire della palestra aziendale e di corsi di yoga per ritagliarsi un momento di totale relax. Connecthub ha inoltre attivato un progetto di smart-working, che parte dalle esigenze delle persone per conciliare impegni personali e professionali e che utilizza le moderne tecnologie e gli strumenti collaborativi per facilitare la connessione e lo svolgimento delle attività.

È stata istituita la giornata "Bimbi in ufficio con mamma e papà" dedicata ai figli di tutti i dipendenti, coinvolti in laboratori creativi a loro dedicati.

Molta attenzione anche al tema della maternità, grazie ad un progetto specifico, denominato "NOR.MA.LE - New way to organize maternity leave", che favorisce il benessere delle neo-mamme. Si tratta sostanzialmente di un piano di accompagnamento, dal momento della notizia della gravidanza fino al rientro, con un reinserimento graduale e orari flessibili.



“Il nostro welfare ha come obiettivo principale un’equilibrata combinazione tra esigenze lavorative ed esigenze personali per dare il meglio di sé.”

– Monica Didonè, Responsabile Risorse Umane

Connecthub

Via Rita Castagna, 1

– 146100 Mantova

+39 0376 402911

connecthub.com

weconnect@connecthub.com


connecthub
WE LOVE YOUR DIGITAL POTENTIAL

Una mente flessibile come gli orari

L'azienda è convinta che per avere un cliente soddisfatto sia necessario un dipendente sereno e formato.

Settore:

Artigianato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Previdenza integrativa**
- **Polizze assicurative**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sostegno economico per i dipendenti**

Dipendenti:

meno di 6

Ctb Air Technology

Ctb Air Technology si occupa della produzione di impianti in materiale antiacido, come aspirazione e trattamento dell'aria.

Trattandosi di una piccola realtà, l'approccio al welfare è per il momento spontaneo incentrato sull'ascolto e la disponibilità verso il singolo lavoratore. L'obiettivo delle politiche di welfare messe in campo è creare un ambiente più vivibile e flessibile nella convinzione che ciò porti i dipendenti a provare un senso di appartenenza maggiore. Ctb ritiene che per soddisfare il cliente finale sia necessario avere lavoratori sereni e formati. Le iniziative più importanti messe in campo riguardano infatti formazione e flessibilità. L'azienda, per quanto piccola, fornisce ampia flessibilità oraria, non solo per quanto riguarda ingresso e uscita, ma anche per quanto riguarda eventuali richieste di part-time.

Inoltre, tutti i dipendenti sono coinvolti in corsi di formazione: non ci sono infatti persone specifiche che devono sostenere un corso di formazione, ma tutti i collaboratori possono sostenerli in modo da poterli inserire nel proprio curriculum. L'obiettivo è quello di lavorare in armonia e fornire ad ogni dipendente competenze ulteriori, che vadano anche oltre quelle necessarie per il lavoro specifico di ognuno. La grande affluenza ha portato ad aumentare il numero dei corsi erogati riuscendo anche ad abbracciare più necessità formative. Inoltre, ogni trimestre, un responsabile esterno tiene dei corsi sulla sicurezza. Per quanto riguarda l'area Salute e assistenza ogni anno vengono effettuati controlli medici organizzati direttamente in sede, anche per evitare al lavoratore la trasferta. I controlli sono mirati in base al tipo di lavoro del dipendente e sono stati scelti dal medico di riferimento che può essere d'aiuto anche in situazioni specifiche e consigliare eventuali controlli, sempre nel rispetto della privacy.



“Quello che conta sono le esigenze del lavoratore. Un ambiente più vivibile e flessibile porta i dipendenti a un senso di appartenenza maggiore.”

– Barbara Casati, Titolare

Ctb Air Technology Srl

Via Giovanni Donghi, 10
– 20811 Cesano Maderno (MB)
+39 0362 504355

www.ctbairtechnology.it
ctbsrl@ctbairtechnology.it

CTB AIR TECHNOLOGY SRL

La gioia di una famiglia numerosa

Visti i numerosi dipendenti con figli, l'azienda si è impegnata nel creare una flessibilità che coniughi soprattutto lavoro e famiglia.

Settore:

Artigianato

Welfare Index PMI 2019:

1° classificato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Polizze assicurative**
- **Previdenza integrativa**
- **Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori**

Dipendenti:

da 16 a 30

Deangelis

Deangelis srl, azienda produttrice ed esportatrice di crema spalmabile di nocciole biologiche, di esclusiva provenienza dal territorio viterbese, è un punto di riferimento per il mercato vegan e bio. In tutto 30 lavoratori, l'ambiente è familiare e l'impresa è riuscita a costruire una relazione autentica con i propri collaboratori.

L'azienda ha sviluppato una politica di welfare aziendale attraverso un progetto nato per rispondere alle principali esigenze dei propri collaboratori. Partendo dall'elevato numero di dipendenti con figli, l'azienda si è concentrata sull'area della conciliazione tra vita lavorativa e familiare, rafforzando la flessibilità oraria e lo smart-working, superando in questo modo la rigidità dell'orario lavorativo con l'introduzione di regole più flessibili rispetto a quanto previsto dal CCNL con particolare attenzione alle esigenze delle neo-mamme. Inoltre, tra le iniziative a supporto della genitorialità Deangelis riconosce una settimana di congedo parentale per i neo-papà. Per quanto riguarda invece l'area Salute e assistenza, l'azienda riconosce a tutti i dipendenti una polizza assicurativa che prevede il rimborso di qualsiasi spesa medica sostenute dai lavoratori.

L'azienda è anche molto attenta alla formazione delle persone considerato un ambito di forte rilevanza strategica: Deangelis organizza una serie di corsi di formazione tecnica che coinvolgono i dipendenti della sezione trasformazione, gli amministrativi e i nuovi assunti. L'obiettivo che l'azienda si è posta strutturando una politica di welfare condiviso è soprattutto quello di migliorare la soddisfazione dei dipendenti. In questo senso, sicuramente i lavoratori di Deangelis si rendono conto che l'azienda ha un approccio umano, il clima aziendale è sereno e tutto ciò aiuta a creare una bella squadra affiatata, una famiglia insomma.

I migliori esempi di welfare aziendale

Artigianato

“Particolare attenzione è dedicata alle iniziative di conciliazione vita e lavoro soprattutto per i dipendenti che hanno figli.”

– Martina Granatelli, Accounting Department



Deangelis Srl

Loc. la Valle snc

– 01035 Gallese (VT)

+39 0761 405760/496286

www.deanocciola.com

info@deanocciola.com



La soddisfazione dei dipendenti migliora il prodotto

Questa attività richiede la massima qualità del prodotto finale: il welfare aiuta ad avere professionisti sereni, motivati e coinvolti.

Settore:

Artigianato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sanità integrativa**
- **Previdenza integrativa**
- **Polizze assicurative**
- **Cultura e tempo libero**

Dipendenti:

da 10 a 15

Effebi Arredamenti

La Effebi Arredamenti, nata nel 1978, si occupa della realizzazione di arredi su misura e opera sia in Italia che all'estero. Attraverso il costante confronto con i più noti Architetti e le collaborazioni con le aziende più in voga ha sempre stimolato la ricerca di nuovi materiali e l'applicazione creativa delle più innovative soluzioni tecnologiche.

L'azienda, fin dalle sue origini, ha sempre considerato la gestione del welfare aziendale come obiettivo primario. L'attività aziendale, orientata alla qualità del prodotto e del servizio proposto, necessita infatti di alta professionalità e di personale motivato. Tra le iniziative più importanti la polizza "Benefit Salute", un contratto di assicurazione per la tutela delle risorse umane attraverso cui i dipendenti e i loro familiari hanno la possibilità di fare check up gratuiti periodici e soprattutto possono usufruire della copertura delle spese mediche. Tra le iniziative messe in campo anche la flessibilità oraria, i ticket restaurant e l'azienda mette a disposizione sia mezzi aziendali, sia un rimborso chilometrico. Previsti anche corsi di formazione professionali e corsi linguistici. La Effebi Arredamenti sostiene anche molte iniziative sul territorio, sia in ambito culturale che sociale. I dipendenti sono coinvolti in prima persona nelle scelte aziendali, non ultimo la definizione del progetto del nuovo capannone. Secondo l'azienda, i lavoratori capiscono e apprezzano molto le iniziative di welfare: anche se all'inizio i servizi erano sconosciuti da quando è stato compreso appieno il funzionamento e significato del sistema di welfare, i lavoratori sono tutti molto soddisfatti. Si sentono parte di una grande famiglia e percepiscono di essere parte integrante di questa.



“Se si ha un buon clima lavorativo le performance sono migliori. Il welfare ha avuto un impatto molto positivo sul clima ma anche sulla produttività.”

– Pierino Bellasio, Titolare

Effebi Arredamenti
di Bellasio Pierino & C. Snc
 Via Spluga, 8
 – 22063 Cantù (CO)
 +39 031 714552
www.ffebarredamenti.it
info@ffebarredamenti.it



Grazie al welfare il lavoratore guadagna di più

Il welfare è nato per integrare lo stipendio delle estetiste ma ha anche stimolato la formazione, fondamentale in questo settore.

Settore:

Artigianato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sanità integrativa**
- **Formazione per i dipendenti**

Dipendenti:

da 10 a 15

Equilibrio e Benessere

Equilibrio e Benessere, fondato nel 2003, è un Centro Benessere che si occupa di servizi alla persona, con propensione alle attività Olistiche, che offre anche servizi estetici all'avanguardia.

Le misure di welfare sono nate per aiutare le dipendenti con servizi tesi ad integrare lo stipendio base previsto dal CCNL delle estetiste e sono state notevolmente incrementate dal 2009. La formazione è sicuramente l'area più importante tra le misure di welfare aziendale: l'aggiornamento professionale è infatti alla base della filosofia aziendale. La formazione tocca i vari settori a cui afferiscono i servizi offerti dal centro e le lavoratrici fanno un corso al mese. Di questi, circa un terzo sono finanziati completamente dall'azienda e sono scelti dalle professioniste in base ai loro interessi, un terzo viene offerto dai fornitori per aggiornamenti su nuove linee di prodotti mentre il restante viene fatto in autonomia dalle dipendenti nel loro tempo libero trattandosi di corsi extra.

Tutte le dipendenti sono donne e alcune di loro sono mamme. Fin da subito si è posto il problema di come gestire le esigenze personali di ciascuna, considerando che il centro è aperto 12 ore al giorno su due turni. L'agenda di ogni estetista è programmabile su base semestrale quindi l'azienda è molto flessibile ad accogliere le richieste delle lavoratrici.

Dato che l'impresa vive di benessere, prima di tutto le dipendenti sono le prime fruitrici, in modo gratuito, della maggior parte dei servizi messi a disposizione. Infine, grazie ai versamenti contributivi che l'azienda fa all'Ente Lombardo Bilaterale dell'Artigianato, sono erogati vari benefit, come il rimborso di una parte delle spese sostenute per l'acquisto dei libri scolastici per i figli e visite mediche specifiche gratuite.

I migliori esempi di welfare aziendale

Artigianato

“Tutte le dipendenti hanno voglia di crescere ma difficilmente farebbero corsi di formazione se dovessero finanziarli da sole.”

– Cristina Bombarda, Titolare



Equilibrio e Benessere Srl

via Gaiardina, 2/A - Villa Poma
- 46036 Borgo Mantovano (MN)
+39 0386 565410

www.equilibrioebenessere.it

info@equilibrioebenessere.it

EquilibRIO
BENessere

Le imprese scrivono insieme un PoEma

“PoEma” è un progetto di cooperazione produttiva e tecnologica, per ridurre i costi e condividere i servizi di welfare.

Settore:
Industria

Welfare Index PMI 2019:
1° classificato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Servizi di assistenza**

Dipendenti:
da 501 a 1000

Europea Microfusioni Aerospaziali

Europea Microfusioni Aerospaziali Spa – il cui acronimo è EMA - è una fonderia di alta precisione leader mondiale per la produzione di palette rotoriche, statori e componenti di turbine dei più avanzati motori a reazione destinati all'aviazione civile, militare, alla propulsione navale ed alle turbogas delle centrali per la generazione di energia elettrica. Si tratta di un'azienda metalmeccanica, interamente partecipata da Rolls Royce, che dal 2014 si è fatta promotrice della creazione di una rete di imprese sul territorio, denominata PoEMA (Polo Europeo Microfusioni Aerospaziale), che aggrega una quindicina di aziende per lo più collocate nella provincia di Avellino con l'obiettivo di sviluppare un progetto di cooperazione produttiva e tecnologica, così da ridurre i costi operativi e mettere a fattore comune competenze tecniche e servizi. La rete di imprese non si configura soltanto come una filiera integrata in ottica di ottimizzazione del business e del suo indotto, ma funge anche da aggregatore di servizi di welfare già introdotti e sperimentati in EMA per i circa 1.000 lavoratori della Rete che possono così ottenere servizi altrimenti inaccessibili a livello di singola realtà produttiva per la ridotta dimensione aziendale. I servizi comuni ad oggi “condivisi” sono la Mensa e l'Asilo nido. Recentemente è stata istituita una Borsa di Studio del valore complessivo di 30 mila euro che vedrà premiati 40 figli di dipendenti EMA per l'anno scolastico 2018/19. Infine, i dipendenti hanno deciso in accordo e in compartecipazione con l'azienda di donare volontariamente un'ora del proprio salario e la Ema aggiungerà una propria quota per raddoppiare la somma raccolta che sarà versata al Comune di Genova come iniziativa di solidarietà «verso i Genovesi provati dal crollo del ponte Morandi».



“I successi sono stati realizzati grazie alla dedizione del personale, oltre che dai milioni di euro reinvestiti nel corso degli anni dall'Azionista.”

– Domenico Sottile, Amministratore Delegato



Europea Microfusioni Aerospaziali Spa
Zona Industriale ASI
– 83040 Morra De Sanctis (AV)
+39 0827 438211
www.emaht.com
info@emaht.com



Formazione e serenità sono la base della qualità

Un grande piano di formazione in diversi ambiti e un ambiente positivo sono le soluzioni per un servizio al cliente di qualità.

Settore:

Studi e Servizi Professionali

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Polizze assicurative**
- **Servizi di assistenza**
- **Sostegno economico per i dipendenti**

Dipendenti:

da 6 a 9

Ferri Engineering

Ferri Engineering, fondato nel 1980, è uno studio di ingegneria e progettazione ingegneristica in vari settori quali automazioni per macchine per controllo numerico e commerciale, per packing, automotive, apparati per il settore militare, attrezzature industriali, ecc.

Al centro c'è la qualità del servizio al cliente, un approccio che si è poi trasferito in maniera naturale anche alla qualità della vita in azienda.

Si tratta di una piccola realtà costituita da un gruppo molto coeso di persone, con un buon clima tra datori di lavoro e dipendenti. L'azienda si dedica soprattutto alla formazione con percorsi che vanno ben al di là degli obblighi di legge: tutti i dipendenti hanno la qualifica di operatori di primo soccorso e antincendio. Ampio spazio anche alla formazione interna su aree tecnico-specialistiche, per accrescere la professionalità di ciascun dipendente. Infine, ogni anno si tiene un incontro annuale di formazione sia per i tecnici, sia per l'area amministrazione e marketing.

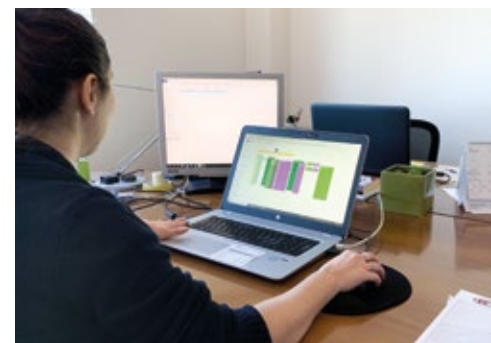
Per quanto riguarda l'area Salute e assistenza è prevista una polizza aziendale a livello contrattualistico, con contributo a carico in parte dell'Azienda, in parte dei dipendenti. Oltre alle prestazioni odontoiatriche, c'è anche un pacchetto prevenzione, più prestazioni sanitarie extra con rimborso in percentuale sulle spese effettuate tramite strutture convenzionate o private. Attivo anche un pacchetto gravidanza per le spese sostenute dalla futura madre o dal futuro padre con rimborso fino a 1.000€ per ciascun evento. I dipendenti di Ferri engineering possono beneficiare della flessibilità oraria, mentre lo smart-working non è ancora stato introdotto in modo ufficiale ma si sono già verificate situazioni di questo tipo dal momento che i collaboratori sono dotati di Pc portatile.

I migliori esempi di welfare aziendale

Studi e Servizi Professionali

“Collaborazione, rispetto e senso di appartenenza sono i valori che quotidianamente infondiamo ai nostri collaboratori.”

– Claudio Ferri, Titolare



Ferri Engineering

Via Ruggiero Grieco, 18
– 41011 Campogalliano (MO)
+39 059 551351
www.ferriengineering.com
info@ferriengineering.com



www.ferriengineering.com

Una Academy per manager internazionali

La Flamma Academy sviluppa le competenze manageriali dei collaboratori per rispondere alle esigenze di un mercato globale.

Settore:

Industria

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sostegno economico per i dipendenti**
- **Servizi di assistenza**
- **Previdenza integrativa**

Dipendenti:

da 251 a 500

Flamma

Fondata nel 1950, Flamma spa oggi è alla terza generazione, opera nel settore della chimica farmaceutica e il 90% dell'attività sono concentrate all'estero. Dal 2009 infatti l'azienda che ha puntato sull'investimento continuo nel settore Ricerca e Sviluppo, ha ottenuto la certificazione per vendere i propri principi attivi anche negli Stati Uniti.

Il welfare aziendale continua ad essere uno dei connotati principali dell'azienda che ha sviluppato diverse iniziative. Nel 2018 ha messo a disposizione dei propri dipendenti 8 ore pro capite per l'effettuazione di visite mediche ed esami specialistici, inoltre i dipendenti con figli e/o genitori anziani possono usufruire di ulteriori 4 ore. Inoltre l'azienda ha da poco istituito il progetto Flamma Academy volto alla formazione di figure di top e middle management: una serie di corsi per sviluppare le competenze manageriali di top e middle management con l'obiettivo di rispondere alle richieste di un mercato sempre più globalizzato, aumentando sia la professionalità sia la fidelizzazione dei collaboratori. Le risorse coinvolte nel progetto sono i veri destinatari del programma di formazione, che ha come punto focale il riconoscimento del ruolo aziendale attraverso un percorso di crescita individuale. Dal 2015 è attiva la piattaforma di flexible benefit con una somma dedicata a ciascun dipendente da poter utilizzare in viaggi, musei, teatri, supermercati, buoni benzina, scuole, mensa, trasporto pubblico, fondo pensione o ingresso a piscine convenzionate.

Inoltre esistono diverse integrazioni al contratto collettivo nazionale che, dato il riscontro positivo ricevuto, hanno deciso di aumentare via via. L'azienda si impegna molto affinché la conoscenza del sistema di welfare attivo sia diffusa anche attraverso incontri specifici durante i quali si parla di welfare.



“L’offerta di welfare continua ad ampliarsi ma sempre con lo stesso spirito: è la squadra l’elemento vincente di un’azienda.”

– Amanda Laurenza, HR Dept

Flamma Spa

Via Bedeschi, 22

– 24040 Chignolo d’Isola (BG)

+39 035 4991811

flamma.it

Flamma
GROUP

Il valore più grande è la cultura

La comunità accede a un progetto formativo originale per tutte le fasce di età e a un patrimonio artistico e culturale secolare.

Settore:

Terzo Settore

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Previdenza integrativa**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Sostegno economico per i dipendenti**
- **Formazione per i dipendenti**

Dipendenti:

da 16 a 30

Fondazione Collegio San Carlo

La Fondazione San Carlo, con una storia di 800 anni, è un centro di formazione e di ricerca di eccellenza. Opera nell'ambito della formazione altamente qualificata attraverso il Collegio, membro della Conferenza dei Collegi Universitari di Merito accreditati dal Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca, e la Scuola di Alti Studi, che sostiene percorsi di ricerca post-laurea in filosofia, studi religiosi, scienze umane e sociali.

La Fondazione propone inoltre una pluralità di iniziative per la formazione permanente della cittadinanza, a cura del Centro Culturale e del Centro Studi Religiosi. Erede di una tradizione plurisecolare, custodisce e promuove un patrimonio architettonico, storico-artistico e librario unico, che si è costituito a partire dal XVII secolo. La Fondazione pone al centro della sua attenzione e delle sue attività le persone. Le attività di welfare aziendale più importanti riguardano il riconoscimento di un bonus a fine anno per tutti i dipendenti e la mensa aziendale. Grande attenzione anche all'area Conciliazione vita e lavoro grazie agli orari flessibili: è previsto internamente che le madri lavoratrici possano scegliere gli orari a loro più congeniali nei primi 3 anni di vita del bambino. Fondazione San Carlo ha sviluppato un progetto formativo originale con l'obiettivo di coinvolgere tutte le fasce di età; ai bambini si rivolgono i laboratori di filosofia; agli studenti universitari le attività di potenziamento didattico e di sviluppo di competenze tecnico-relazionali. Gli studenti di dottorato sono sostenuti attraverso borse di studio e soggiorni di formazione all'estero. Infine, a cittadini e studiosi è indirizzata una programmazione originale, in cui rientrano cicli di conferenze, spettacoli teatrali, installazioni artistiche, iniziative dedicate alle culture digitali e al futuro dell'educazione.

I migliori esempi di welfare aziendale

Terzo Settore

“Per la Fondazione San Carlo welfare significa investire in modi sempre nuovi nella crescita professionale e nel benessere dei propri dipendenti.”

– Giuliano Albarani, Presidente



Fondazione Collegio San Carlo

Via San Carlo, 5

– 41121 Modena (MO)

+39 059 421211

www.fondazionesancarlo.it

info@fondazionesancarlo.it

FSC
Fondazione Collegio San Carlo

Integrare, al lavoro e nella vita

Una mediatrice culturale segue i dipendenti stranieri nelle pratiche burocratiche ma anche nelle vicende personali.

Settore:

Agricoltura

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sanità integrativa**
- **Sostegno economico per i dipendenti**

Dipendenti:

da 51 a 100

Fungar

Fungar, fondata nel 1978, è una società agricola specializzata nella coltivazione di funghi in ambiente protetto. La coltivazione usa macchinari per una microirrigazione volta al risparmio idrico e tutte le coltivazioni applicano il metodo di produzione integrata. Attualmente l'azienda conta circa un centinaio di dipendenti soprattutto stranieri, provenienti da dieci nazioni diverse e un terzo dalla Cina. In particolare, l'azienda collabora attivamente con una mediatrice culturale che segue i dipendenti nelle pratiche burocratiche nell'ambito lavorativo ma anche nelle vicende personali, come ad esempio la scuola dei figli, la salute e i rapporti con le istituzioni. I primi arrivati tra gli stranieri hanno ottenuto la cittadinanza italiana, altri, a testimoniare la volontà di integrazione hanno acquistato la casa in Italia, ed è stato un altro dei momenti in cui l'azienda è stata coinvolta nell'aiuto per le pratiche conseguenti. L'azienda pone grande attenzione al tema della genitorialità, prevedendo tempi personalizzati di rientro al lavoro dopo la nascita dei figli, coinvolgimento con orari flessibili e "familiari".

Inoltre, l'azienda offre alle mamme orari flessibili e permette loro di assentarsi per periodi anche ben più lunghi di quelli previsti per legge, mantenendo comunque il posto di lavoro. I tempi del rientro non vengono forzati, e l'azienda sostiene le mamme nella ricerca degli asili nido o, quando non è possibile, offre loro flessibilità oraria e autonomia organizzativa. I soci di Fungar hanno coinvolto tutto il gruppo degli amministrativi nel prestare sostegno ai colleghi e ha inoltre trovato appoggio sia nelle istituzioni locali che di categoria.



“Sgravati dalla burocrazia, i lavoratori sono molto più sereni, produttivi, tutelati e responsabilizzati e perciò coinvolti nella mission aziendale.”

– Loredana Alberti, socia



Azienda Agricola Fungar Snc

O.P. Gbc Funghi delle Terre di Romagna

Via Bruschetto, 27

– 47853 Coriano (RN)

+39 0541 657308

www.funghiterreromagna.it

funghi@funghiterreromagna.it



Star bene al lavoro e in famiglia

Lo studio offre ai neo-genitori supporto e più tempo da passare coi figli: part-time, congedo parentale e bonus bebè.

Settore:
Studi e Servizi Professionali

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Formazione per i dipendenti**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sostegno economico per i dipendenti**
- **Polizze assicurative**

Dipendenti:
da 251 a 500

Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners

GIANNI, ORIGONI, GRIPPO, CAPPELLI & PARTNERS, fondato nel 1988, è uno studio legale internazionale associato di avvocati, leader nella consulenza e assistenza legale in tutti i settori del diritto d'impresa con 11 sedi presenti sia in Italia che all'estero.

Le iniziative principali si concentrano nell'area conciliazione vita e lavoro, lo studio offre la possibilità per le neo-mamme di usufruire del part-time al rientro dalla maternità e di utilizzare il congedo parentale ad ore in maniera più flessibile rispetto a quanto previsto dalla normativa vigente. Anche i neo-papà possono usufruire di congedi extra, concessi dallo Studio, per la nascita di un figlio. Inoltre, dal 2017 è previsto un bonus bebè aziendale del valore di 2.000 euro per ogni bambino nato, affinché i neo-genitori si sentano supportati anche dal punto di vista economico. Più tempo in famiglia per tutti grazie anche alla possibilità di uscire anticipatamente in occasione delle festività di Natale, Pasqua e Ferragosto, senza che vengano scalati i permessi personali.

Molto rilevante anche l'anticipazione del TFR: l'azienda eroga il 100% del TFR anziché il canonico 75%, per l'acquisto della casa, inoltre sono attive anche le convenzioni per la stipula dei mutui. Tutti i dipendenti dispongono poi di un credito welfare che, dall'anno scorso, è anche aumentato. A seconda del livello di inquadramento si arriva ad un importo di 1.500 euro, spendibili tramite la piattaforma web per l'offerta dei flexible benefit, nelle varie aree previste dal Piano welfare.

Dal 2018, per quanto riguarda l'area salute e benessere, in collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi lo Studio realizza degli incontri divulgativi a tema, in cui intervengono specialisti in ambito medico che forniscono informazioni e consigli per migliorare lo stile di vita.



“Dare la giusta attenzione alle persone. Ogni anno vogliamo aumentare il paniere dell'offerta.”

– Alessandra Frattini, General Manager

Gianni, Origoni, Grippo, Cappelli & Partners

Via delle Quattro Fontane, 20

– 00184 Roma

+39 06 478751

www.gop.it

amministrazione@gop.it

**GIANNI·ORIGONI
GRIPPO·CAPPELLI
& PARTNERS**

Una mano e un orecchio tesi ai lavoratori

Una Commissione Welfare dei lavoratori propone le iniziative, perché il percorso di welfare parte dall'ascolto.

Settore:

Terzo Settore

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Welfare allargato alla comunità**
- **Previdenza integrativa**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori**

Dipendenti:

da 101 a 250

Il Pugno Aperto

Dal 1991 Il Pugno Aperto si occupa di politiche sociali rivolte a minori e famiglie. Tre le principali aree di intervento: servizi dedicati agli adulti con fragilità, migranti e rifugiati e progetti dedicati alla comunità in collaborazione con gli organi istituzionali competenti. Il percorso di welfare è iniziato a partire dall'ascolto dei propri collaboratori allo scopo di rilevarne i bisogni principali. Si è quindi costituita una Commissione Welfare composta da lavoratori, soci, volontari con il compito di proporre al CdA iniziative sostenibili e rispondenti ai bisogni dei lavoratori. È nata così l'idea più innovativa: costituire un Fondo economico comune volontario "Fondo mutualità" alimentato sia dal contributo dell'azienda sia dai contributi volontari dei dipendenti che vi aderiscono. In pratica, si tratta di un fondo mutualistico e redistributivo; i dipendenti che prendono parte al fondo mettono a disposizione l'1% del proprio reddito mensile mentre la cooperativa aggiunge risorse in misura pari. Questo fondo viene poi redistribuito tra le persone che vi aderiscono con l'obiettivo di rispondere ad alcuni bisogni che possono emergere nell'arco della vita ad esempio per chi ha carichi familiari gravosi. Tra le principali azioni: la donazione di ferie e banca ore per colleghi in situazioni di difficoltà, l'ampliamento della possibilità di richiesta di anticipi stipendio o TFR e la possibilità di estensione del congedo parentale per i neo-papà, organizzazione di corsi di centri ricreativi per bambini nelle giornate di chiusura scolastica ma lavorativi (a carico del lavoratore solo il costo mensa). Dal 2018 la cooperativa ha aderito al progetto Workplace Health promotion, per promuovere la salute nei luoghi di lavoro, e grazie ad esso, nel 2019 prenderà avvio, tra i lavoratori, un gruppo di cammino.



“Abbiamo scelto volontariamente di operare su territori molto circoscritti per costruire un radicamento territoriale e una relazionalità forte, stabile e duratura sul nostro territorio.”

– Cristina Offredi, Presidente

Il Pugno Aperto Società

Cooperativa Sociale

Via Antonietta Arioli Dolci, 14

– 24048 Treviolo (BG)

+39 035 253717

www.coopilpugnoaperto.it

segreteria@coopilpugnoaperto.it



Salva il tempo dei propri giovani

Suggerite dai giovani dipendenti, le iniziative “salvatempo” supportano le loro esigenze di vita, dalla lavanderia alla spesa.

Settore:

Commercio e Servizi

Welfare Index PMI 2019:

1° classificato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Cultura e tempo libero**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Welfare allargato alla comunità**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Servizi di assistenza**

Dipendenti:

da 101 a 250

Illumia

Partita 15 anni fa come start up, oggi Illumia oltre alla fornitura di Gas e Luce, offre anche prodotti e soluzioni per il risparmio energetico e vanta un fatturato di quasi un miliardo di euro, il quinto brand energetico per riconoscibilità nel mercato nazionale, e quasi 200 dipendenti con un'età media di 32 anni.

In particolare l'azienda, tenendo conto dell'età media dei dipendenti e sulla base dei loro suggerimenti, ha costruito un progetto di welfare condiviso che risponde alle loro principali esigenze. Sono state dunque attivate iniziative “salvatempo” per favorire il risparmio di tempo da parte dei dipendenti. A disposizione dei dipendenti c'è una lavanderia aziendale: i capi vengono pre-lavati e lavati da una tintoria completamente a carico aziendale e il dipendente può comodamente programmare la consegna tramite una App. L'azienda offre anche un portale per la spesa online che prevede la consegna direttamente sul posto di lavoro. Grande attenzione alla flessibilità, con il superamento della rigidità dell'orario lavorativo e l'attivazione di un “orario-mamma” ridotto, considerato che il 51% dei collaboratori è costituito da donne. Inoltre Illumia ha costruito una rete di convenzioni in ambito sanitario, ricreativo, sportivo e culturale gestite tramite una piattaforma web sviluppata sulla Intranet aziendale. Ogni dipendente ha a disposizione circa 900 euro all'anno in servizi quali istruzione, mutui, trasporto pubblico, voucher per attività ludiche e culturali. L'azienda promuove la salute con l'utilizzo di biciclette elettriche parcheggiate in azienda che possono essere utilizzate gratuitamente in pausa pranzo e check-up e prestazioni mediche disponibili sulla piattaforma di flexible benefit. Infine, un vero e proprio programma di sviluppo manageriale e di coaching grazie all'Academy che occupa un intero piano aziendale.

I migliori esempi di welfare aziendale

Commercio e Servizi



“Si crea un ambiente in cui il lavoratore è motivato e quindi partecipa in prima persona al processo di innovazione. Anche il welfare contribuisce alla formazione di una cultura aziendale.”

– Marco Bernardi, Presidente



Sopra: Illumia è un family business che ha da poco affrontato con successo un passaggio generazionale: il suo fondatore Francesco Bernardi ha infatti lasciato la guida dell'azienda ai figli Marco (Presidente), Matteo (CEO) e Giulia (HR Manager). Sotto: Illumia offre molti servizi per i collaboratori: dalla consegna dei pacchi in azienda al servizio di lavasecco, all'area Welfare.

Illumia Spa

Via de' Carracci, 69/2

– 40129 Bologna

+39 051 0404005

www.illumia.it

ufficiostampa@illumia.it

ILLUMIA
START EVERYDAY

Dai retta alla mamma

Il progetto di welfare condiviso è nato dall'ascolto delle esigenze dei collaboratori, in gran parte donne.

Settore:

Terzo Settore

Welfare Index PMI 2019:

**Menzione speciale
Welfare al Femminile**

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Welfare allargato alla comunità**
- **Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Previdenza integrativa**

Dipendenti:

da 251 a 500

La Grande Casa

Dal 1989 La Grande Casa opera sostenendo e favorendo assieme all'Ente Pubblico l'integrazione sociale delle persone più fragili.

L'area di welfare più presidiata è conciliazione vita e lavoro, posto che l'85% del totale della forza lavoro è costituito da donne. Il progetto di welfare condiviso è nato dall'ascolto delle esigenze dei propri collaboratori organizzando delle riunioni tematiche che continuano a tutt'oggi partendo da un approccio che vuole rispondere ai bisogni reali delle persone.

Per la cooperativa è sempre stato importante riconoscere alle madri il diritto di curare la propria famiglia aiutando le proprie collaboratrici: dall'attenzione ai turni di lavoro alla possibilità di farle rientrare dalla maternità.

L'impatto più importante lo ha avuto l'attenzione all'orario di lavoro: ad esempio le mamme che lavoravano nelle comunità residenziali anche con turni notturni, su richiesta sono state spostate in servizi in fascia diurna, in particolare quelli scolastici che permettono di lavorare la mattina e avere il pomeriggio libero, di solito la fascia più critica nella gestione dei figli. Le dipendenti sono soddisfatte e questo incide sul clima aziendale perché sono contente che le loro esigenze siano state accolte e anche di avere un lavoro che ben si concilia con la cura della propria famiglia.

Recentemente anche molti padri hanno utilizzato le iniziative di conciliazione. Per le neo-mamme e per le tipologie di lavoro che è possibile svolgere da casa è previsto lo smart-working.

Grazie ai bandi dedicati al welfare aziendale della Regione Lombardia è stato possibile strutturare la politica di welfare e ampliarla. Sono stati infatti attivati ulteriori servizi che vanno dal pagamento di una parte della retta del nido all'organizzazione di centri estivi per i figli dei dipendenti fino al servizio di maggiordomo aziendale e servizio di stileria.

I migliori esempi di welfare aziendale

Terzo Settore



Sopra: grigliata di fine estate aperta a tutti i soci, dipendenti, famiglie e amici presso la sede della cooperativa

Sotto: dettagli dal centro estivo per i figli dei dipendenti

“Per noi è stato sempre importante riconoscere alle madri il diritto di curare la propria famiglia e anche tanti padri utilizzano le nostre iniziative di conciliazione.”

– Vincenza Nastasi, Resp. Territoriale ambito Cinisello Balsamo

La Grande Casa Società Cooperativa Sociale Onlus

Via Petrarca, 146

– Sesto San Giovanni (MI)

+39 02 24124601

www.lagrandecasa.net

lagrandecasa@lagrandecasa.it



Una “nonna” per i nipoti della Nuvola

L'asilo nido “Nonna Nini” beneficia della legge sull'imprenditoria femminile e offre alle mamme una retta agevolata e orari flessibili.

Settore:

Terzo Settore

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sanità integrativa**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sostegno economico per i dipendenti**

Dipendenti:

da 101 a 250

La Nuvola

Nata nel 1991, La Nuvola offre assistenza, supporto e aiuto alle persone - bambini, famiglie, pazienti psichiatrici e persone diversamente abili. Il 90% dei dipendenti sono donne e le iniziative di welfare sono state progettate anche a partire da questo dato puntando soprattutto sull'area conciliazione vita e lavoro. Tra le iniziative principali, l'asilo nido interaziendale Nonna Nini attivo dal 2006, beneficiando della Legge 215/1992 sull'imprenditoria femminile e il cui bacino d'utenza include anche alcuni Comuni limitrofi. I figli dei dipendenti usufruiscono dell'asilo nido con una retta agevolata scontata del 30% per soci e dipendenti che possono usufruire di orari flessibili e compatibili con il loro orario lavorativo. Un investimento economico significativo da parte dell'azienda per garantire alle neo-mamme di rientrare a lavoro con serenità e con la certezza di affidare il figlio ad un servizio di qualità. Sempre a supporto della genitorialità, la cooperativa prevede orari lavorativi flessibili in entrata e in uscita e piani di congedo a tutela della maternità (o di altre tipologie di assenze lunghe) che accompagnano le lavoratrici dal momento della notizia e fino al rientro al lavoro con un supporto anche nelle pratiche burocratiche della maternità. La Nuvola ha nominato un Referente della Conciliazione che permette di informare puntualmente tutti i dipendenti sulle diverse opportunità offerte dagli accordi stretti dalla Cooperativa all'interno dell'Alleanze della Conciliazione lombarde: voucher per servizi di pre e post scuola; asilo nido o baby sitter; attività sportive, ludiche e ricreative; assistenza a domicilio o in servizi semi-residenziali per parenti anziani o disabili. Nel 2018 inoltre la Cooperativa ha deciso di offrire ai soci-lavoratori una piattaforma di flexible benefits per garantire un ampio spettro di servizi: dalla salute all'istruzione e fino alla cultura e al tempo libero.

I migliori esempi di welfare aziendale

Terzo Settore

“I soci e i lavoratori fanno di essere ascoltati e di trovare risposte ai propri bisogni di conciliazione. Il welfare aziendale ci consente di prenderci cura di chi cura.”

– Rosangela Donzelli, Amministratore Delegato



**La Nuvola Società Cooperativa Sociale
Impresa Sociale Onlus**

Via Convento Aguzzano, 13/L

– 25034 Orzinuovi (BS)

+39 030 9941844

www.lanuvola.net / www.bios-lanuvola.net

info@lanuvola.net



Non solo benessere ma anche strade, scuole, ambulatori...

Da sei generazioni si prende cura del territorio e della comunità: ha costruito un Poliambulatorio per lavoratori, familiari e pensionati.

Settore:
Industria

Welfare Index PMI 2019:
**Premio speciale
del Comitato Guida**

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Welfare allargato alla comunità**
- **Servizi di assistenza**
- **Sanità integrativa**
- **Sostegno economico per i dipendenti**

Dipendenti:
da 501 a 1000

Mazzucchelli 1849

Mazzucchelli 1849, da piccolo opificio oggi è un'azienda leader a livello mondiale nella produzione dell'Acetato di Cellulosa, un materiale plastico di origine vegetale utilizzato soprattutto per la realizzazione delle montature degli occhiali. Alla guida ci sono la quinta e la sesta generazione della famiglia con la stessa "filosofia di impresa": eccellere in innovazione e qualità, esaltando i valori della tradizione e della artigianalità.

Nella sua storia centenaria Mazzucchelli ha saputo coniugare radicamento al territorio e internazionalizzazione, artigianalità, Made in Italy e innovazione.

Da sempre il benessere dei dipendenti è un elemento chiave per l'azienda che ha assunto un ruolo importante per tutta la comunità: ogni progetto di welfare nasce per rispondere alle esigenze specifiche del territorio e di ogni lavoratore, partendo dai bisogni della comunità.

Fiore all'occhiello di questa politica di welfare è la costruzione del Poliambulatorio con servizio infermieristico e specialistico nato già trent'anni fa allo scopo di migliorare la qualità della vita non solo dei dipendenti ma anche delle loro famiglie e dei pensionati ex lavoratori dell'azienda, rispondendo ad un bisogno prioritario della comunità di riferimento.

La struttura è andata via via consolidandosi e offre servizi gratuiti. Ad oggi sono presenti i reparti di cardiologia, ginecologia, medicina generale odontoiatria e oculistica.

Fin dalle sue origini, l'azienda si è impegnata nella costruzione della rete stradale, delle scuole, di un vero e proprio centro di formazione professionale, l'Istituto tecnico Mazzucchelli, rimasto attivo fino al 1968 e abitazioni anche ad uso dei dipendenti. Oggi l'azienda è entrata a far parte della rete Giunca, la prima rete di imprese in Italia dedicata al welfare.

I migliori esempi di welfare aziendale

Industria

“L'azienda viene fondata da una famiglia che sente profondamente la necessità di instaurare un legame importante con i dipendenti.”

– Giovanni Cassataro, Group HR Director



Giovanni Orsi Mazzucchelli alla guida dell'azienda

Mazzucchelli 1849 Spa
Via S. e P. Mazzucchelli, 7
– Castiglione Olona (VA)
+39 0331 826111
www.mazzucchelli1849.it
info@mazzucchelli1849.it

1849 Mazzucchelli

Salute e sicurezza sono la base del benessere

Un ufficio interno si occupa delle pratiche per i rimborsi sanitari e per la sicurezza si va ben oltre quanto previsto dalla legge.

Settore:

Agricoltura

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sostegno economico per i dipendenti**

Dipendenti:

da 51 a 100

Peverelli

La Peverelli srl è un'azienda familiare con una lunga storia, fondata nel 1890, oggi è arrivata alla quarta generazione, si occupa di progettazione, realizzazione e manutenzione del verde. Grazie ad accordi con i sindacati presenti in azienda, i dipendenti godono di condizioni migliorative rispetto ai rinnovi contrattuali previsti per legge. L'attenzione per la sicurezza è da sempre il cardine della politica di benessere aziendale. Negli ultimi anni sono stati siglati accordi con l'ente bilaterale di settore per il rimborso delle spese sanitarie e per i figli, introducendo il fondo sanitario di categoria con coperture molto estese, anche spese dentistiche. Attraverso l'ufficio amministrativo interno si occupano direttamente delle pratiche di rimborso per conto dei propri dipendenti i quali devono solo portare i giustificativi di spesa. Le iniziative più importanti riguardano la sicurezza per i lavoratori e la prevenzione degli incidenti, che vanno molto oltre quelle previste dalla legge.

In termini di conciliazione l'azienda è molto disponibile ad accogliere le richieste dei dipendenti che sono nella quasi totalità uomini e lavorano spesso in trasferta, soprattutto per lunghi periodi e concedono a chi ha esigenze particolari di non allontanarsi da casa lavorando dentro al vivaio o in attività di manutenzione locali. L'azienda prevede comunque un turnover quindicinale durante le trasferte più lunghe o all'estero per dare a tutti la possibilità di non stare troppo a lungo lontani da casa. Il sostegno economico ai lavoratori si articola in una serie di integrazioni salariali per le trasferte, oltre a quelle contrattuali, diarie che non solo coprono pasti e alloggi ma sono di molto superiori.

“Il welfare ha avuto un impatto molto positivo sul clima, sulla fidelizzazione ma anche sulla produttività: i dipendenti hanno un forte senso di appartenenza e di squadra.”

– Stefano Peverelli, Titolare



Peverelli Srl

Via Oberdan, 2

– 22073 Fino Mornasco (CO)

+39 031 880320

www.peverelli.it

info@peverelli.it

 **peverelli** S.r.l.
GIARDINI E PAESAGGI D'AUTORE

La felicità galoppa per tutti

L'azienda agricola ospita anche un'associazione che si occupa di riabilitazione equestre per bambini e adulti con fragilità.

Settore:

Agricoltura Sociale

Welfare Index PMI 2019:

**Menzione speciale
Agricoltura Sociale**

Il rating non è stato assegnato alle imprese dell'agricoltura sociale, le quali hanno partecipato ad un'indagine ad hoc diversa da quella rivolta alla generalità delle imprese.

Aree di welfare più presidiate:

- **Inserimento socio-lavorativo di persone in situazione di disagio e fragilità**
- **Attività diurne per persone in situazione di disagio e fragilità**
- **Coterapia**
- **Fattoria didattica e centri estivi**
- **Servizi socio-assistenziali e inclusione sociale**

Dipendenti:
da 6 a 9

Rondi Maria Elena

L'azienda agricola Rondi Maria Elena nasce nel 2006 dopo l'acquisto di un terreno agricolo su cui è stata costruita anche la struttura che ospita le attività della Sogni e Cavalli onlus un'Associazione fondata nel 2001 insieme a volontari e a 15 famiglie con figli disabili. Nel 2016 è stato costruito l'attuale centro che comprende scuderia, struttura coperta, campo esterno, paddocks, uffici, spogliatoi, servizi, locali comuni, parcheggio, parco giochi, area pic-nic, orto, bosco. L'azienda coltiva l'orto e si dedica all'accudimento dei cavalli e si impegna nelle attività di riabilitazione equestre verso persone con disagio sociale e socio-economico, minori provenienti da situazioni familiari difficili, persone con problemi o esiti di dipendenze, minori e adulti con precedenti penali, in collaborazione con le strutture territoriali. I prodotti dell'orto, fiori e piante, sono raccolti e venduti direttamente al dettaglio o in occasione di fiere e manifestazioni locali insieme al miele. I primi frutti dell'orto sono stati ottenuti in collaborazione con un ex detenuto in borsa lavoro e con tre ragazzi di un Liceo professionale spagnolo da noi in tirocinio lavorativo. Le attività più importanti sono da un lato quelle nel campo delle attività integrate e adattate con i cavalli che coinvolgono tutte le fasi dall'accudimento alla messa in sella allo sport a livello agonistico a livello paraolimpico o promozionale per persone con disabilità intellettiva e relazionale e dall'altro le attività orto-florovivaistiche e di gestione e cura dell'azienda agricola.

Attualmente l'azienda collabora con due organizzazioni di volontariato all'interno di un progetto co-finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e promosso dalla Regione Lombardia che ha per destinatari i Minori stranieri in difficoltà.

I migliori esempi di welfare aziendale

Agricoltura Sociale



“Non vengono fatte differenze di età, genere, razza, religione o livello culturale: un'unica grande struttura in cui tutti possono sentirsi a Casa.”

– Maria Elena Rondi, Titolare

Az. Agr. Rondi Maria Elena

Via Robecchi Bricchetti, 66

– 27100 Pavia

+39 349 1796427

www.sogniecavallionlus.weebly.com

sogniecavallionlus@yahoo.it



Welstep condivide il welfare con altre PMI

Welstep è una rete di 13 imprese del territorio costituita per sviluppare piani di welfare e coinvolgere altre imprese.

Settore:
Industria

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:
da 251 a 500

Rubinetterie Bresciane

Rubinetterie Bresciane, è un'azienda della Bonomi Group fondata nel 1901 come azienda familiare, leader in Italia nella produzione di valvole a sfera in ottone e accessori per il riscaldamento.

Nel 2015 ha costituito, insieme ad altre dodici aziende del territorio, la rete d'impresa "Welstep" (con circa 2.000 dipendenti in totale), con l'obiettivo principale di diffondere piani di benessere pensati per i dipendenti delle società ma anche di coinvolgere sempre più aziende del territorio interessate al progetto. Sono numerose le iniziative pensate per il benessere dei lavoratori. Lo stabilimento presenta un locale per la mensa che offre pasti caldi ed una palestra ad utilizzo gratuito.

Dal 1997 è stato istituito un premio di risultato variabile che consente di maturare, al raggiungimento di tutti i parametri produttivi, un valore annuo molto importante. In Rubinetterie Bresciane il premio viene comunque erogato sulla base di criteri meritocratici, ossia attraverso una valutazione dei responsabili dei diversi settori. In aggiunta a questo, l'impresa bresciana ha anche istituito un premio variabile maturato all'interno del progetto di welfare aziendale. I collaboratori possono allocare il proprio budget nelle sessioni del piano inerenti a buoni spesa e benzina, rimborsi per le spese mediche e istruzione, assistenza domiciliare ai famigliari, spese di trasporto scolastico, pacchetti viaggio, cinema, teatro, terme e previdenza complementare. L'azienda punta decisamente anche sulla formazione, promuovendo la partecipazione a numerosi corsi e premiando i collaboratori con avanzamenti di carriera ogni qual volta si presenti una possibilità.

Ogni due anni Rubinetterie Bresciane organizza un torneo di calcio tra i dipendenti, che si conclude con una serata di festa aperta a tutti i collaboratori e promuove una serata a tema musicale che offre la possibilità, ai dipendenti che lo vogliono, di esibirsi sul palco.



“L’impatto delle iniziative di welfare ha portato i benefici sperati su fidelizzazione e clima aziendale.”

– Luca Pintossi, Impiegato Tecnico e Responsabile progetto welfare

Rubinetterie Bresciane Bonomi Spa

Via M. Bonomi, 1
– 25064 Gussago (BS)
+39 030 8250011

www.rubinetteriebresciane.it
rb@bonomi.it



La Consigliera di Fiducia dei dipendenti

SAVE ha introdotto una consulente professionista con il compito di risolvere il problema delle molestie e delle discriminazioni.

Settore:

Commercio e Servizi

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:

da 251 a 500

Save

SAVE S.p.A., holding di un Gruppo che opera principalmente nella gestione degli aeroporti di Venezia, Treviso, Verona e Brescia, nel 2018 ha proseguito e arricchito con nuove iniziative il piano aziendale di welfare dedicato ai propri dipendenti.

Il programma di welfare è gestito tramite una piattaforma web attraverso cui i dipendenti possono convertire il proprio premio di risultato in servizi rivolti principalmente alla famiglia, come ad esempio la cura e l'istruzione dei figli, oppure inerenti attività sportive e culturali da svolgere nel tempo libero. Nel 2018 è inoltre proseguito il programma di screening svolto dal servizio sanitario aeroportuale per tutto il personale.

Importante novità del 2018, la scelta di introdurre nell'organizzazione una Consigliera di Fiducia, figura adottata con frequenza nella pubblica amministrazione, ma ancora poco presente nel settore privato. La capogruppo SAVE, in coerenza con il suo Codice di Condotta ed esempio virtuoso tra le società di gestione degli aeroporti italiani, ha affidato l'incarico di consulenza ad una professionista operativa da inizio 2019. Compito di questa figura è prevenire, gestire e risolvere efficacemente casi di molestie, mobbing e discriminazioni che si possano verificare nelle società del Gruppo. L'attenzione è pertanto a quanti, tra personale e collaboratori, vogliono affidarsi ad un soggetto terzo e indipendente, presso il quale trovare ascolto ed eventualmente ottenere supporto e assistenza nella risoluzione di dinamiche lavorative che possano determinare l'insorgere di situazioni di disagio.

La decisione di SAVE comporta anche un elaborato programma di formazione e sensibilizzazione di tutto il personale, svolto sia in aula che attraverso e-learning.

I migliori esempi di welfare aziendale



Commercio e Servizi

“Valide politiche di welfare fanno la differenza nel riconoscere il giusto merito ai collaboratori.”

– Enrico Marchi, Presidente



Sopra: Dottor Enrico Marchi, presidente
Sotto: Dott.ssa Monica Scarpa, amministratore delegato

Gruppo SAVE - SAVE Spa

Viale G. Galilei, 30/1

– 30173 Tessera (VE)

+39 041 2606255

www.grupposave.it

dpers@veniceairport.it



In sella, più sani e più felici

I valori e la responsabilità dell'azienda sono alla base delle scelte per la salute dei dipendenti e della comunità.

Settore:

Industria

Welfare Index PMI 2019:

**Menzione speciale
Salute e Assistenza**

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sanità integrativa**
- **Previdenza integrativa**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Servizi di assistenza**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**

Dipendenti:

da 251 a 500

Selle Royal

Selle Royal, fondata nel 1956, produce sellini per biciclette. Da anni è partner delle principali case che producono biciclette, aggiudicandosi anche molti premi per il design dei suoi sellini. Alla guida dell'azienda oggi c'è la seconda generazione.

La politica di welfare aziendale è stata integrata nella visione globale di Selle Royal tesa a promuovere e sostenere l'attività sportiva e una vita sana ed equilibrata. Alla base di questo progetto i valori della famiglia fondatrice e l'idea di un mondo socialmente responsabile. Quello di Selle Royal è un welfare territoriale, costruito su una serie di convenzioni basate sulle esigenze dei dipendenti che vengono rilevate attraverso una survey.

Il welfare è inserito in una cornice più ampia: il progetto di Responsabilità Sociale dell'impresa iCARE, che prevede una pubblicazione annuale per dare visibilità sia ai progetti dell'anno precedente sia alle convenzioni per l'anno successivo.

Ogni anno ai dipendenti sono offerti gratuitamente analisi del sangue, check-up medico e controllo oculistico; una polizza sanitaria aziendale copre tutte le altre necessità. Ogni 15 giorni una dottoressa è a disposizione presso l'ambulatorio aziendale. Numerose poi le convenzioni del programma iCare, sia per i dipendenti che per i familiari.

Grande attenzione anche sul pranzo che viene preparato nella cucina privata dell'azienda da un cuoco con materie prime bio e a km zero. L'azienda ha promosso una campagna "sostituzione degli snack" con ceste di mele e bocce d'acqua ad accesso libero. Al programma iCare si aggiungono: l'attività gratuita di yoga in pausa pranzo, facilities all'interno dell'azienda (come spogliatoi, rastrelliere, docce...) e gli insegnamenti di esercizi e posture per uno stile di vita migliore da parte di esperti in materia.

I migliori esempi di welfare aziendale

Industria



“Due sono le grandi motivazioni alla base di tutte le nostre iniziative in ambito welfare: i valori della famiglia fondatrice e l'idea di un mondo socialmente responsabile.”

– Monica Savio, Corporate Communication and People Development



Selle Royal Spa

Via Vittorio Emanuele, 119

– 36050 Pozzoleone (VI)

+39 044 4461100

www.selleroyalgroup.com

www.selleroyal.com

mail@selleroyal.com

Selle Royal

Il portale del welfare su misura

L'azienda ha creato una piattaforma dove il dipendente può gestire il welfare a lui destinato, facilmente e in modo personalizzato.

Settore:

Commercio e Servizi

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Previdenza integrativa**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:

da 16 a 30

Sis.Ter

Sis.Ter fondata nel 1997, offre consulenza, ricerca e servizi nell'ambito delle applicazioni informatiche geo-spaziali.

Il progetto aziendale di welfare si pone come obiettivo il miglioramento del clima aziendale e la fidelizzazione dei propri dipendenti. Considerato che i lavoratori di Sis.Ter hanno un'età media attorno ai trent'anni e ci sono molte coppie giovani con figli in età della scuola dell'obbligo, si è deciso di attivare iniziative nell'area della conciliazione tra vita lavorativa e familiare.

In quest'ottica è nato un progetto che risponde alle reali esigenze dei dipendenti. Trattandosi di un'azienda informatica è stata creata una piattaforma interna, attraverso la quale il dipendente può autonomamente gestire la somma di welfare a lui destinata, scegliendo liberamente come suddividere il suo cachet. Il paniere è stato creato insieme ai dipendenti stessi con un impatto economico notevole per il bilancio familiare, tra i servizi più utilizzati quelli a sostegno dell'istruzione dei figli, le attività di post-scuola e i campi estivi. In particolare, il progetto welfare aziendale include il sostegno allo studio dei familiari, il rimborso dei costi della mensa scolastica e il rimborso di eventuali campi estivi di studio.

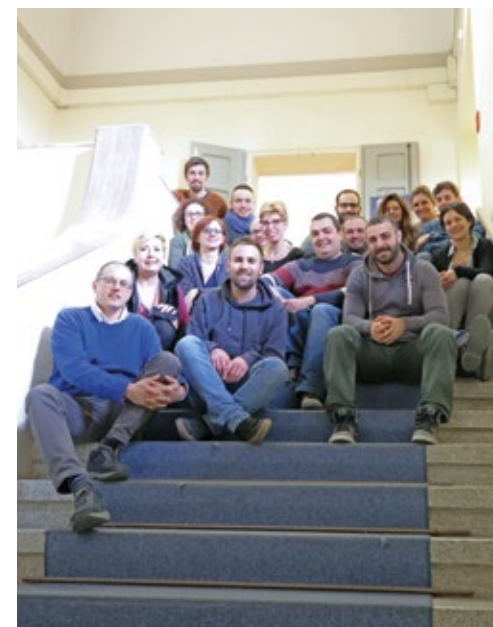
Si possono coprire spese che vanno dall'attività ricreativa al parcheggio e ai mezzi pubblici fino al servizio sanitario integrativo. Sono previsti anche l'orario flessibile, buoni pasto, servizio di corriere e maggiordomo. I dipendenti infatti possono farsi consegnare pacchi in azienda e la segreteria è a disposizione per sbrigare piccole commissioni, dalla posta alla lavanderia. Per quanto riguarda l'area Salute e assistenza la polizza assicurativa copre anche la prevenzione e sono state create delle convenzioni direttamente con strutture sanitarie del territorio e a tutti i dipendenti è fornito un fondo integrativo pensionistico.

I migliori esempi di welfare aziendale

Commercio e Servizi



A destra: Servizio sanitario welfare con ambulatori medici convenzionati Sis.Ter
Sotto: Staff Sis.Ter



“Lo scopo del progetto è migliorare il clima aziendale e agevolare le esigenze della vita familiare del lavoratore.”

– Sonia Brunelli, Responsabile Amministrativa

SIS.TER Srl

Via Emilia, 69
– 40026 Imola (BO)
+39 0542 361550
www.sis-ter.it
sister@sis-ter.it



Essere madri può essere più facile

La cooperativa pone massima attenzione alla questione della maternità, offrendo la più totale flessibilità alle neo-mamme.

Settore:

Terzo Settore

Welfare Index PMI 2019:

1° classificato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Previdenza integrativa**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Sostegno economico per i dipendenti**
- **Welfare allargato alla comunità**

Dipendenti:

da 501 a 1000

Spazio Aperto Servizi

Spazio Aperto Servizi è una cooperativa, nata nel 1993, e si occupa di servizi nell'area del disagio minorile, con particolare attenzione al tema del trauma e dell'abuso minorile e degli interventi educativi in favore di minori e famiglie problematiche. Tra i principali obiettivi delle iniziative di welfare, il sostegno economico al reddito dei dipendenti. L'80% delle dipendenti sono donne e perlopiù in part-time. Molto spazio dunque alla flessibilità lavorativa e all'integrazione salariale durante la maternità per il raggiungimento del 100% dello stipendio. Per le operatrici che svolgono i vari servizi sul territorio è prevista inoltre l'interruzione lavorativa appena scoprono di essere incinte. Al rientro dalla maternità, è previsto il ricollocamento lavorativo presso strutture differenti qualora venisse richiesto. In generale tutte le persone possono usufruire dell'elevata flessibilità organizzativa con la possibilità di scegliere lo smart-working alcuni giorni alla settimana. Da un anno ha preso avvio la sperimentazione di una figura di Welfare Manager interno all'ufficio risorse umane.

In ambito formativo, un programma articolato di corsi sia di tipo trasversale che specialistico e la copertura sanitaria e assistenziale è polivalente: oltre al fondo di categoria anche una mutua integrativa a rimborso/scontistica, spesa dalla cooperativa per il 50%. Attiva anche una convenzione con un poliambulatorio al fine di arricchire la gamma di prestazioni offerte ai dipendenti dando loro degli sconti rilevanti. Molto importante è l'iniziativa che prevede di poter usufruire per i propri familiari (minori o non autosufficienti) dei servizi offerti dalla cooperativa con sconti che vanno dal 15 al 30%.

Attivo anche un rimborso integrale dell'abbonamento ai mezzi pubblici di Milano e convenzioni di vario tipo con sconti vantaggiosi per servizi ludico/ricreativi, negozi, assicurazione auto e casa.



“La qualità di vita dei lavoratori e la loro soddisfazione sono centrali per portare benessere nelle comunità e nei territori in cui operiamo.”

– Maria Grazia Campese, Presidente

Spazio Aperto Servizi
Società Cooperativa Sociale Onlus
 Via Gorki, 5
 – 20146 Milano
 +39 02 425527 / +39 02 4232477
www.spazioapertoservizi.org
info@spazioapertoservizi.org



Libertà di tempo e spazio

Avendo tutte collaboratrici donne, il progetto di welfare le supporta nella gestione del tempo e degli spostamenti.

Settore:

Studi e Servizi Professionali

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Servizi di assistenza**
- **Sicurezza e prevenzione degli incidenti**
- **Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori**
- **Formazione per i dipendenti**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:

meno di 6

Studio Furfaro

Studio Furfaro si occupa di Gestione Paghe e Contributi e di Consulenza del Lavoro supportando in particolare le aziende clienti nella gestione delle problematiche inerenti temi del lavoro dal punto di vista normativo e operativo come ad esempio gestione, assunzione, conciliazione, esodo, pensione, aspetti disciplinari, e anche per la gestione degli Expat.

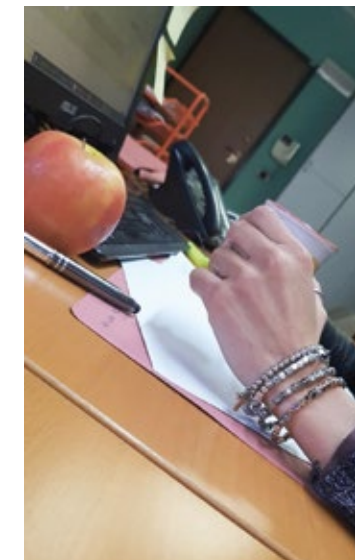
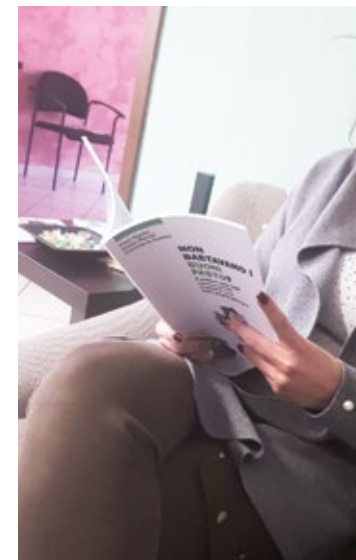
Lo studio ha quasi le caratteristiche di un'azienda familiare e diventa naturale impegnarsi per il benessere dei propri dipendenti. Lo studio ha puntato soprattutto sull'area conciliazione vita e lavoro e offre ai propri collaboratori, tutte donne, la possibilità di un orario flessibile con gestione abbastanza autonoma, sia per l'ingresso che per l'uscita.

Lo smart-working è previsto solo per alcune attività che possono essere svolte da casa o da remoto come ad esempio la stesura di presentazioni. Molte dipendenti devono spostarsi per giungere sul luogo di lavoro quindi lo studio offre buoni carburante per gli spostamenti e ticket restaurant per il pranzo.

Nel 2019 è in programma l'attivazione di una piattaforma di Flexible Benefit per assegnare a ogni dipendente un pacchetto premiale da sfruttare a loro discrezione. Per quanto riguarda l'area Salute e assistenza, lo studio dispone di una polizza per i dipendenti, inoltre sono attive convenzioni a tariffe agevolate con asili nido del territorio. Grande attenzione anche alla formazione con corsi di e-learning fruibili direttamente dal luogo di lavoro sia su temi attinenti alle mansioni dei dipendenti sia su altri ambiti trasversali per sviluppare le soft skills.

I migliori esempi di welfare aziendale

Studi e Servizi Professionali



“Il nostro intento è stato quello di creare un clima aziendale piacevole, dove lavorare ed essere produttivi.”

– Luca Furfaro, Titolare

STUDIO FURFARO

Via Beccaria, 30
– 10060 None (TO)
+39 011 9864521

www.studiofurfaro.it

studiofurfaro@studiofurfaro.it



Un lavoro più agile con l'ufficio in rete

Un sistema collaborativo di rete professionalizza i collaboratori e consente di lavorare da qualunque luogo.

Settore:

Studi e Servizi Professionali

Welfare Index PMI 2019:

1° classificato

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Sostegno all'istruzione di figli e familiari**
- **Cultura e tempo libero**
- **Sostegno economico per i dipendenti**
- **Integrazione sociale e sostegno ai soggetti deboli**
- **Formazione per i dipendenti**

Dipendenti:

da 10 a 15

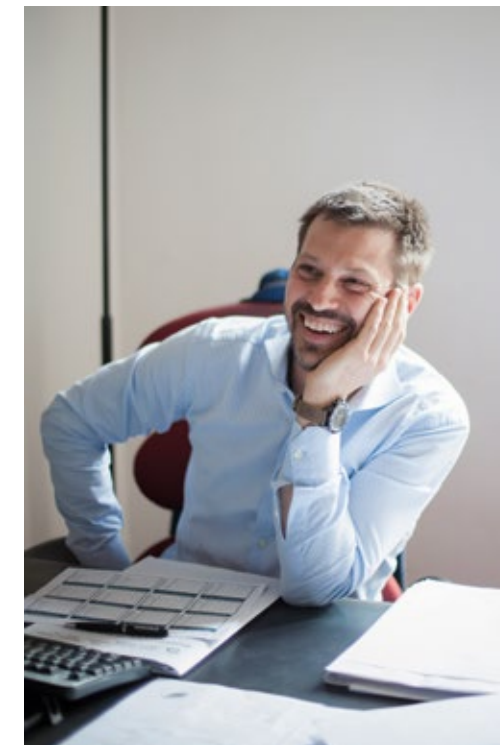
Studio Sila Tommaso

Studio Sila, dal 2000 si occupa di consulenza del lavoro, welfare aziendale e sistemi organizzativi, ricerca e selezione, gestione del collocamento e formazione. Offre anche consulenza alle imprese sui temi del welfare aziendale. Lo studio è in continua evoluzione e sta adottando un sistema collaborativo di rete che permette l'innalzamento delle competenze dei propri collaboratori, condivisione delle pratiche e la loro assegnazione tra colleghi e professionisti diversi, consentendo ai dipendenti di poter lavorare in ogni luogo.

In caso di necessità familiari o logistiche è già in atto un processo di lavoro agile molto più evoluto di quanto previsto dall'attuale normativa, infatti la logistica è applicabile sia al singolo lavoratore che per proprie esigenze può lavorare da casa sia tra colleghi che lavorano in sinergia su luoghi e uffici o abitazioni dislocate in modo innovativo e non classicamente in ufficio. Ampiamente utilizzata la flessibilità oraria: autonomia nella gestione degli orari secondo regole fissate da un regolamento aziendale e nel rispetto tra colleghi. La flessibilità prevista riguarda l'ingresso/uscita (che può avvenire liberamente nel limite di 30 minuti), la pausa pranzo (30 minuti, da utilizzare nell'arco di 2 ore), l'uscita ad un orario ottimale in estate. I risultati sono positivi: con la possibilità di organizzare i propri orari, i lavoratori sono responsabilizzati e operano per obiettivi. Flessibilità anche nella gestione della maternità e del periodo di rientro successivo. A disposizione anche ticket restaurant e un credito welfare spettante a tutti in base all'anzianità, utilizzo di una piattaforma di flexible benefit e un garage per parcheggiare le proprie autovetture. A disposizione anche una convenzione stretta con uno studio dentistico, che offre ai lavoratori dello studio prestazioni a prezzi calmierati. Considerevole inoltre l'impegno dello studio nella formazione, ben oltre quella obbligatoria, con docenti esperti e di altissimo livello.

“L'impegno nel welfare aziendale nasce dalla consapevolezza che il benessere lavorativo fa bene alla produttività, alla clientela, e alle persone che vivono l'ambiente di lavoro.”

– Rag. Sila, Titolare



Studio Sila Tommaso

Piazza della Loggia, 12/d

– 25122 Brescia

+39 030 2400052

www.studiosila.it

studiosila@orasilavora.it



Il Campus estivo per i figli dei dipendenti

Essere genitori è possibile anche lavorando: l'azienda offre un campus estivo per i figli dei dipendenti.

Settore:

Industria

Welfare Index PMI 2019:

**Menzione speciale
Conciliazione vita e lavoro**

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Conciliazione vita e lavoro, sostegno ai genitori**
- **Sicurezza e prevenzione incidenti**
- **Cultura e tempo libero**
- **Polizze assicurative**
- **Previdenza integrativa**

Dipendenti:

da 500 a 1000

UmbraGroup

UMBRAGROUP è un'eccezione nella fornitura di viti a ricambio di sfere e di soluzioni ad elevata tecnologia destinate al settore aerospaziale, industriale ed energetico. Conta circa 1200 collaboratori distribuiti in sei sedi nel mondo. Il 75% di loro ha un diploma tecnico e più del 10% ha una laurea nelle varie specializzazioni dell'ingegneria.

La politica di welfare condiviso è un piano di servizi costruito in oltre trent'anni e offerto senza distinzione a tutti i dipendenti siano essi a tempo determinato, indeterminato o apprendisti.

In particolare tra le iniziative dedicate all'area Conciliazione vita e lavoro, spicca il Campus estivo per i figli dei dipendenti attivo durante il periodo di chiusura estiva delle scuole e accoglie ragazzi con età compresa tra i 4 e i 13 anni con modalità estremamente flessibili: le famiglie infatti possono scegliere di iscrivere i bambini su base settimanale. Si può scegliere anche il servizio di trasporto che parte dalla sede aziendale.

Inoltre in un piano di welfare che copre diverse delle 12 aree, sempre in ambito conciliazione vitae lavoro, il dipendente ha a disposizione diverse soluzioni: possibilità di variare l'orario lavorativo per periodi anche prolungati; possibilità di richiedere part-time verticale, orizzontale o misto per far fronte ad esigenze familiari; cambio orario in alcuni giorni della settimana per consentire ai genitori con affidamento congiunto dei figli di far fronte alle esigenze dei bambini nei giorni di affidamento.

Per la lavanderia è previsto il ritiro e consegna della merce direttamente nei locali aziendali, consentendo così al dipendente di risparmiare sia sul costo (grazie alla convenzione CRAL) che sui tempi di ritiro e consegna. Infine, l'azienda riconosce un contributo di 50€ al mese per tutti i figli dei dipendenti e collaboratori iscritti ad una scuola materna convenzionata.



“Umbragroup è da sempre un'azienda innovativa avendo messo a disposizione un piano di servizi costruito in oltre trent'anni e offerto senza distinzione a tutti i dipendenti.”

– Elisa Fagioli, HR Administrator



UMBRAGROUP Spa

Via V. Baldaccini, 1 - Z.I. Loc. Paciana

– 06034 Foligno (PG)

+39 0742 348 399

www.umbra-group.com

info@umbra-group.com



Andare al lavoro in modo smart

Per soddisfare le esigenze di orario e spostamento sono state istituite diverse soluzioni di smart-working e rimborsi chilometrici.

Settore:

Commercio e Servizi

Welfare Index PMI 2019:

Menzione speciale Giovani, Formazione, Sostegno alla mobilità Sociale

Rating: **Welfare Champion**



Aree di welfare più presidiate:

- **Formazione per i dipendenti**
- **Cultura e tempo libero**
- **Welfare allargato alla comunità**
- **Previdenza integrativa**
- **Sanità integrativa**

Dipendenti:

da 101 a 250

Welcome Italia

Welcome Italia Spa fondata nel 1999 è un'azienda che offre servizi di telecomunicazioni alle imprese. L'azienda per propria policy assume solo a tempo indeterminato.

Le iniziative di welfare più importanti sono: smart-working e formazione per i lavoratori. In particolare, si è reso necessario estendere l'orario di lavoro fino alle 22 per rispondere alle esigenze dei clienti, pertanto l'azienda ha deciso di creare un ulteriore turno ma in smart-working. L'azienda inoltre ha 2 poli principali, Lucca e Pisa, e molti dipendenti sono pendolari. Queste persone possono tranquillamente lavorare da casa e in questo modo l'azienda è riuscita a venire incontro alle esigenze dei clienti rispettando i propri dipendenti. Grazie alla tecnologia VPN (Virtual Private Network) è concesso ai dipendenti che lo richiedano, compatibilmente con le possibilità operative, di svolgere il proprio lavoro da casa. Di questa opportunità possono avvalersi tutti i dipendenti che manifestino la necessità di usufruire dei benefici provenienti dal lavorare fuori sede come ad esempio necessità di concentrazione, consultazione di materiale non disponibile, richiesta di permesso in orari centrali alla giornata lavorativa. Inoltre i dipendenti possono scambiarsi i turni e organizzarsi tra di loro in maniera autonoma.

Per sostenere la mobilità dei tanti pendolari, è stato istituito un benefit chiamato Km12, ovvero è previsto un rimborso di 0,15 centesimi per ogni chilometro percorso oltre il dodicesimo per il tragitto di andata e ritorno casa-lavoro.

Grande attenzione alla formazione con un sistema di docenze interne incentivato con premi in denaro e l'istituzione della figura del Trainer per diffondere capillarmente le competenze ai colleghi più giovani. Welcome Italia ha elargito due borse di studio da 1000 euro ciascuna erogate agli studenti meritevoli iscritti al primo anno di Ingegneria delle Telecomunicazioni.

I migliori esempi di welfare aziendale

Commercio e Servizi

“Le scelte di welfare sono orientate in due direzioni: attenzione al cliente, colui che dà da lavorare, e alle persone, coloro che servono il cliente.”

– Lara Martini, Responsabile Risorse Umane



Welcome Italia Spa
Via di Montramito, 431
– 55054 Massarosa (LU)
+39 0584 42441
www.welcomeitalia.it
info@welcomeitalia.it

welcome italia
i migliori servizi di telecomunicazione per la vostra impresa

Comitato Guida

Cristina Calabrese

*Amministratore Delegato
Key2people*

Mario Calderini

*Professore Ordinario
Politecnico di Milano*

Gerardo Capozza

*Consigliere delegato del Presidente
del Consiglio per gli affari relativi
al Mezzogiorno*

Francesco Fortuna

*Coordinatore Segreteria tecnica
del Capo di Gabinetto
Ministero del Lavoro
e dello Sviluppo economico*

Cesare Fumagalli

*Segretario Generale
Confartigianato*

Marco Magnani

*Economista
Harvard e LUISS*

Andrea Mencattini

*Amministratore Delegato
Generali Welion*

Marcella Panucci

*Direttore Generale
Confindustria*

Giovanni Luca Perin

*Chief HR & Organization Officer
Generali Italia*

Francesco Postorino

*Direttore Generale
Confagricoltura*

Lucia Sciacca

*Direttore Communication
& Social Responsibility
Generali Italia*

Gaetano Stella

*Presidente
Confprofessioni*

Segretario del Comitato

Marco Colnaghi

Segretario Generale

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:

