

Articoli Selezionati

SCENARIO

| | | | | |
|----------|------------------------------------|---|-------------------|----|
| 19/06/17 | L'Economia del Corriere della Sera | 52 Focus - Fca accelera: un paniere per 30 mila | L.Ad. | 1 |
| 19/06/17 | L'Economia del Corriere della Sera | 52 Focus - Generali, un impegno a tutto campo | L.Ad. | 2 |
| 19/06/17 | L'Economia del Corriere della Sera | 52 Focus - Se l'azienda è innovativa ama il welfare | Adani Luisa | 3 |
| 19/06/17 | L'Economia del Corriere della Sera | 53 Focus - «Prepariamo i futuri genitori» | L.Ad. | 6 |
| 19/06/17 | L'Economia del Corriere della Sera | 53 Focus - Intervista a Tiziano Treu - Treu: «Aiutiamo i piccoli ad usarlo» | ... | 7 |
| 19/06/17 | L'Economia del Corriere della Sera | 53 Focus - Pirelli, siamo attenti al tempo | L.Ad. | 9 |
| 19/06/17 | Repubblica Affari&Finanza | 42 Rapporti welfare - Si gonfia l'assegno per il benessere | de Ceglia Vito | 10 |
| 19/06/17 | Repubblica Affari&Finanza | 43 Rapporto welfare - "Fine del paternalismo impresa e dipendenti condividono le scelte" | v.d.c. | 13 |
| 19/06/17 | Repubblica Affari&Finanza | 44 Rapporto welfare - Intervista a Mario Padula - "Sviluppiamo la previdenza complementare" | Mangia Mariano | 15 |
| 19/06/17 | Repubblica Affari&Finanza | 44 Rapporto welfare - Smart working, vacanze e palestra il lavoratore felice produce meglio | Ulivieri Veronica | 16 |
| 21/06/17 | Sole 24 Ore | 11 Per gli orafi accordo nel segno del welfare - Gli orafi investono sul welfare | Casadei Cristina | 18 |
| 21/06/17 | Avvenire | 10 Welfare aziendale, sfida «privata» per attrarre talenti - Welfare aziendale, sfida «privata» per tagliare costi e attrarre talenti | Arena Cinzia | 19 |
| 21/06/17 | Avvenire | 10 I casi. Ecco le aziende che hanno investito nella salute | Camisasca Silvia | 22 |
| 21/06/17 | Sole 24 Ore | 28 Cellulari ai dipendenti, rimborsi tassati | Gavelli Giorgio | 23 |
| 21/06/17 | Mf | 15 Health Italia a 4,9 mln nel trimestre | Testi Valerio | 24 |
| 21/06/17 | Italia Oggi | 38 Welfare, gap da ridurre | Di Renzo Manola | 25 |
| 22/06/17 | Giorno Lombardia | 8 Patto Ubi Banca-Confindustria Il welfare aziendale diventa 2.0 | Andreucci Michele | 27 |
| 23/06/17 | Sole 24 Ore | 9 Da Bergamo linee guida sul welfare | Casadei Cristina | 29 |

DAL WEB

| | | | | |
|----------|------------------|--|-----|----|
| 17/06/17 | GRAVINALIVE.IT | 1 Una visita medica "sospesa" per chi ne ha bisogno, l'idea di una startup gravinese | ... | 30 |
| 22/06/17 | STARTUPITALIA.EU | 1 Consulati dal medico in sospenso come il caffè: nasce Banca delle Visite. Video | ... | 32 |
| 22/06/17 | WIKICSR.IT | 1 Dal caffè alla visita medica sospesa: l'iniziativa di ScegliereSalute | ... | 34 |

Focus

IL CONVEGNO

Fca accelera: un paniere per 30 mila

«In Fca il welfare è tutt'altro che una novità e risale già agli anni Venti, ma il cambio di passo c'è stato quest'anno — commenta Pietro De Biasi, responsabile relazioni industriali di Fiat Chrysler Automobiles — . Dal 1 giugno 30.000 lavoratori su 85.000 di Fiat e di Cnh, il 40% della popolazione complessiva dislocata su quasi tutte le regioni italiane e nel 57% costituita da operai ha aderito al "Conto Welfare", utilizzabile per fruire di beni e servizi inseriti in un paniere che prevede: assistenza sanitaria, educazione e istruzione, assistenza ai familiari, buoni acquisto, benessere e intrattenimento, previdenza complementare». Si tratta di una operazione concordata fra azienda e sindacati firmatari del contratto aziendale (Fim, Uilm, Fismic, Ugl e Quadri) che prevede l'erogazione sotto forma di beni e servizi dell'incentivo di produttività che operai, impiegati e quadri riceveranno quest'anno. Gli importi variano fra i 700 e gli 800 euro. Le somme utilizzate in beni e servizi previsti dal paniere welfare sono incrementate dall'azienda di un ulteriore 5%. «L'adesione è stata proposta in forma volontaria e revocabile fino al 30 settembre in modo da avvicinare anche la popolazione operaia aziendale più scettica e meno abituata a considerare l'ipotesi di scambiare servizi e beni con denaro», conclude De Biasi.

L. Ad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Automobili
 Pietro De Biasi,
 Fiat Chrysler Automobiles



Focus

IL CONVEGNO

Generali, un impegno a tutto campo

«In un'azienda come la nostra il benessere delle persone, considerato da un lato fonte di business e dall'altro strumento di gestione del personale, è da sempre un riferimento tradizionale — commenta Giovanni Luca Perin, direttore Organizzazione e risorse umane di Generali Country Italia —. Il nostro stesso contratto nazionale contempla elementi riferibili al benessere dei dipendenti. A partire dal 2013, nel corso del processo di integrazione dei brand esistenti in tre marchi, ne abbiamo sviluppato la potenzialità utilizzandolo come leva strategica nel processo di integrazione di persone che provenivano da realtà diverse. Oggi la nostra convinzione è che tutto quello che si investe per welfare ritorna sul fronte economico». Oggi il programma di welfare di Generali coinvolge 15.000 persone fra dipendenti e collaboratori e si sviluppa in 12 aree di servizi — identificate dal Welfare Index Pmi, che punta a diffondere la cultura del welfare fra le piccole e medie imprese —. Accanto a previdenza e sanità integrativa si sono sviluppati servizi di assistenza e di sostegno economico, polizze assicurative, sicurezza e prevenzione incidenti ma anche strumenti per favorire una migliore conciliazione vita-lavoro (smart working, asili) così come la formazione e le attività per il tempo libero.

L. Ad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Assicurazioni

Giovanni Luca Perin,
Generali Country Italia



Focus
IL CONVEGNO

Se l'azienda è innovativa ama il welfare

I «piani» con le agevolazioni fiscali portano spesso buone relazioni sindacali. I conti in tasca a chi li ha già sperimentati

di **Luisa Adani**

Welfare e innovazione vanno a braccetto in azienda. Un'evidenza non scontata che emerge dall'indagine «Welfare aziendale in Italia, 2017» sviluppata dall'Università Cattolica di Milano su un campione di aderenti di Aidp e presentata nel corso del convegno «Welfare che fare», svolto settimana scorsa al *Corriere della Sera*. Se c'era un pregiudizio è da sfatare: esiste una correlazione stretta e significativa fra le aziende che sviluppano welfare e quelle che vivono una fase di innovazione di processo. Il dato si fa ancora più interessante se si considera che si tratta proprio di quelle realtà in cui vi è una più alta sindacalizzazione. «Siamo di fronte a un processo di rimodulazione delle relazioni sindacali in cui il welfare diventa un tassello per trasformare e sviluppare l'impresa — afferma Luca Pesenti, docente dell'università Cattolica ed estensore della ricerca —. Il fatto trova conferma nelle opinioni dei responsabili del personale intervistati: secondo il 64,2% di loro, infatti, il sindacato ha manifestato un chiaro interesse sul tema, dimostrando nel 23,2% un'adeguata preparazione». Si tratta di un'evidenza che smentisce quanto si era osservato negli anni passati — aggiunge Pesenti — ed è un segnale di propensione collaborativa delle organizzazioni sindacali, ritenute oppositive o disinteressate solo nel 18% dei casi.

Altre ragioni

Il secondo aspetto dell'indagine da sottolineare riguarda la motivazione delle aziende nell'introdurre il welfare: il miglioramento del clima resta la ragione principale (81%), ma rispetto all'anno scorso aumenta il numero

delle realtà che lo fanno per ridurre il cuneo fiscale. Si conferma invece la rilevanza dell'aspetto legato all'attrazione di nuovi talenti (62,7%). Terza questione: la modalità di introduzione del piano di welfare. In questo caso il campione si spartisce quasi a metà: il 43% l'ha fatto con modalità unilaterali e il 49,7% ha siglato un contratto aziendale. La contrattazione territoriale è invece poco diffusa (2%). In sei casi su dieci dove c'è un contratto c'è anche un premio di risultato con possibilità di conversione in welfare. Se la conversione è libera in un terzo dei casi il tasso di partecipazione è inferiore però al 30%.

Le reti aziendali, che non sono ancora particolarmente attive, nel 2,7% sono informali e nel 7,7% si sono costituite grazie ad associazioni. «Ciò costituisce un punto di debolezza perché potrebbero invece rilevarsi strumenti utili soprattutto per le pmi, ma — chiarisce Pesenti — richiedono di mettere in campo un atteggiamento fiduciario che evidentemente ancora non c'è». Quarto elemento di riflessione: i servizi di welfare si concentrano sui classici buoni pasto, flessibilità degli orari, polizze sanitarie e convenzioni per il consumo mentre sono poco diffusi gli strumenti a sostegno della conciliazione lavoro vita privata e di quelli per la gestione delle non autosufficienze.

Le criticità

Quinta evidenza: cresce la presenza di



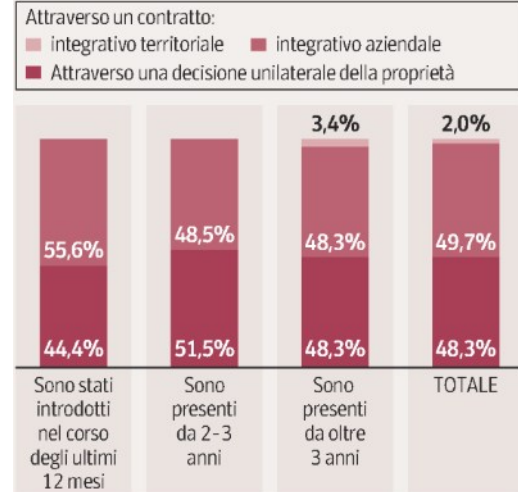
provider di servizi nella gestione dei piani: erano al 18% nel 2016, oggi sono presenti nel 25,5% delle aziende. «In quest'ultimo anno — commenta Chiara Fogliani, consigliera di amministrazione di Welfare Company, gestione dei servizi a supporto del welfare aziendale — si sono rivolte a noi molte realtà che avevano introdotto il piano autonomamente e non erano soddisfatte perché solo un terzo dei lavoratori avevano convertito la parte dello stipendio prevista in beni». Per impostare un piano che sia davvero fruttuoso non bisogna limitarsi ad inter-

venti sulla qualità e sui prezzi ma concentrarsi su altri aspetti: la garanzia di spendibilità, i servizi devono essere veicolati da una rete di affiliati distribuiti su tutto il territorio; la semplicità, gli strumenti — siano voucher o piattaforme — devono essere evoluti ma facili da utilizzare; l'informazione, il piano di welfare deve essere comunicato bene ai dipendenti e ai sindacati. Ultimo suggerimento bisogna ragionare secondo una logica di filiera che, considerando i vantaggi fronte aziendale e fronte lavoratore sviluppi migliori rapporti con il sindacato, permetta l'emersione del lavoro «in nero», che contemporaneamente porti benefici e ricchezza al tessuto produttivo e sociale del territorio» (per ricevere la ricerca integrale: press@welfarecompany.it)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La mappa

Quando sono stati avviati piani di welfare e con quali modalità



IL RUOLO DEL SINDACATO

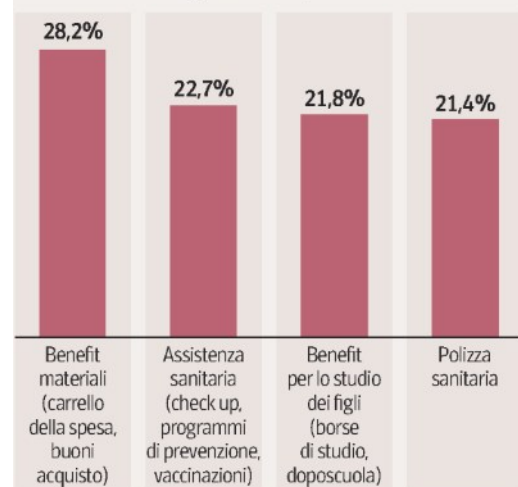
L'atteggiamento delle organizzazioni dei lavoratori



Fonte: Università Cattolica Welfare company

UNO SGUARDO SUL FUTURO

Il 68,8% di aziende già al lavoro per...





centimetr



Eventi Luca Pesenti (Università Cattolica) e in alto Chiara Fogliani, alla guida di Welfare Company

Focus

IL CONVEGNO

«Prepariamo i futuri genitori»

«Il coinvolgimento dei collaboratori è una delle nostre carte vincenti. La nostra azienda ha bisogno di persone motivate a cui piaccia lavorare con noi e che ci siano fedeli — spiega Emiliano Maria Cappuccitti, Hr director di Coca-Cola Hbc Italia —. È per questa ragione che investiamo nel loro benessere. In questo momento stiamo sviluppando un piano di welfare ad ampio spettro che stiamo condividendo con il sindacato». Si tratta di un progetto che alle misure previste dalla recente legge di Stabilità affianca interventi che soddisfino le esigenze di conciliazione del lavoro con la vita delle persone: «Dallo smart working a un percorso a sostegno della genitorialità per future madri e per futuri padri per aiutarli ad affrontare un passaggio così importante della loro vita», conclude il manager.

L. Ad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Bevande
 Emiliano Maria Cappuccitti,
 Coca-Cola Hbc Italia



Focus

IL CONVEGNO

IL PRESIDENTE DEL CNEL

Treu: «Aiutiamo i piccoli ad usarlo»

Sarà fondamentale elaborare al meglio i dati per capire bene quanto cambia per le imprese e i lavoratori

«In Italia non abbiamo la cultura del monitoraggio e della riflessione dei fatti nel tempo. Spesso procediamo a naso e stiamo correndo il rischio di farlo anche per quanto riguarda il welfare aziendale ed è grave e pericoloso: solo se si fotografa quanto è successo si può cogliere la reale portata del cambiamento e ragionare sui riflessi che porterà con sé». Esordisce così Tiziano Treu, ex ministro del Lavoro e dei Trasporti, da poco nominato ai vertici del Cnel, nel corso del convegno «Welfare, che fare» che si è tenuto nella Sala Buzzati del Corriere della Sera giovedì 15 giugno. E aggiunge: «Sarà quindi molto utile, e darà delle evidenze interessanti, quanto il ministero del Lavoro sta per fare nel valutare l'impatto che l'esplosione del welfare a breve genererà sul sistema Paese, insieme e Inapp (il nuovo Istituto nazionale per l'analisi delle politiche pubbliche), Inail e con il Cnel.

E le aziende? Dai dati della ricerca sembra che solo poche realtà raccolgano i dati in modo organico

«Sì. Ed è un dato critico. È essenziale invece che li raccolgano in modo da riuscire a considerare il

reale impatto delle misure proposte sull'organizzazione e sulle aspettative dei lavoratori, come ha fatto e continua a fare Luxottica. Il legislatore è stato lungimirante e tempestivo nel cogliere in un periodo di crisi quanto il welfare aziendale potesse venire incontro alle esigenze reali dei lavoratori. Non mi stupisce quindi il successo di queste iniziative, attuate peraltro da parte delle aziende non con soldi freschi ma con quelli prodotti dal premio convertito, ora però si tratta di capire come la misura è utilizzata e che effetti genera».

Come si può procedere per questo monitoraggio?

«Un buon punto di partenza è entrare nel merito dei 21.667 contratti depositati dalle aziende sul sito del ministero del Lavoro, e capire quanto si riferisce direttamente alle tematiche di welfare e se la richiesta di corresponsione sia effettivamente legata agli incrementi di produttività, redditività, qualità, efficienza e innovazione che la normativa indica debbano essere chiaramente misurabili e verificabili».

Da qui ai prossimi anni, 12.500 aziende del metalmeccanico che riuniscono 1.400.000 lavoratori saranno tenute per vincolo contrattuale a investire nel welfare. Si tratta di un impegno importante. Le piccole e le medie aziende su tutto il territorio sono preparate a tutto questo?

«Certamente no e devono essere aiutate. Ve ne sono ancora parecchie che non conoscono il welfare aziendale ed altre che pur con un

buon livello di conoscenza devono essere supportate nell'implementazione. Questo dovrebbe essere prioritariamente il compito delle associazioni territoriali, dei sindacati territoriali e certamente anche dai consulenti. Non si tratta infatti solo di fornire loro degli strumenti semplici e accessibili ma di supportarli nel comprendere quelle che sono le vere priorità dei loro dipendenti. Solo in questo modo si costruisce un circolo virtuoso a beneficio dell'intero Paese».

Come lavorare sulle disparità di trattamento fra lavoratori?

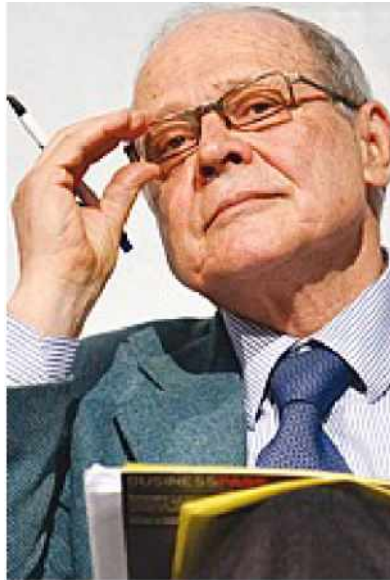
«Le agevolazioni fiscali hanno certamente allargato la platea e ridotto la forbice fra dipendenti di serie A e di serie B ma è un dato che a oggi la contrattazione riguarda solo il 30/40% delle aziende e quindi solo una parte di lavoratori dipendenti goda i vantaggi del welfare aziendale. C'è ancora del lavoro da fare e se i lavoratori interinali in quasi tutti i contratti collettivi godono dello stesso trattamento dei dipendenti dell'azienda in percentuale alla durata del contratto, i lavoratori free lance restano fuori dalla partita. Su questo aspetto bisognerà intervenire presto».

Come vede il ruolo del sindacato?

«Il sindacato gioca un ruolo strategico in questo processo ed è fondamentale che ora, dopo un periodo di diffidenza, partecipi sempre più attivamente anche nella fase di promozione delle iniziative».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Ex ministro Tiziano Treu

Focus

IL CONVEGNO

Pirelli, siamo attenti al tempo

«**P**otrebbe sembrare retorico ma non lo è affatto: non possiamo scindere la persona dal lavoratore. Ogni mattina quando un nostro dipendente entra in azienda porta con sé sul lavoro la sua ricchezza, la sua intelligenza e le sue aspettative insieme ai sogni, alle emozioni e alle preoccupazioni della vita privata — afferma Gustavo Bracco, direttore del Personale di Pirelli & Co. —. Questa consapevolezza da anni ci porta a investire sul benessere di chi lavora da noi, anche prima degli incentivi fiscali». Il gruppo ha sviluppato quattro macroattività di welfare, in Italia e all'estero, con livelli di ampiezza diversi. Si va dagli interventi per la salute e il benessere e di sostegno alla famiglia allo smart working e alla flessibilità oraria e anche ad «alcuni servizi di risparmio di tempo».

L. Ad.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Pneumatici
 Gustavo Bracco,
 Pirelli & Co.



rapporti welfare

Si gonfia l'assegno per il benessere

SOSTENUTI DALLE RECENTI MISURE DI AGEVOLAZIONE FISCALE, SONO IN AUMENTO I CONTRATTI CHE PREVEDONO QUELL'INSIEME DI PRESTAZIONI IN NATURA E QUEI BENEFICI MONETARI CHE SONO DIRETTI A RISPONDERE AI BISOGNI DI BASE LEGATI ALLA FAMIGLIA, ALL'INFANZIA E ALL'ABITAZIONE
Vito de Ceglia

Milano

Che il welfare aziendale sia una delle novità più importanti degli ultimi anni nella gestione dei rapporti di lavoro, è dato acquisito. Lo è meno, invece, il fatto che le aziende e i lavoratori abbiano compreso del tutto queste novità visto che c'è ancora molto scetticismo nei confronti di tale strumento. Non solo, tra gli operatori si parla indifferentemente di welfare contrattuale e negoziale, di welfare locale e territoriale, di welfare aziendale e occupazionale, senza avere una conoscenza della materia. Con il risultato che la confusione regna sovrana.

Innanzitutto, giusto per delimitare i parametri entro i quali si muove il welfare, si identifica in generale con questo termine l'insieme delle prestazioni (in natura) e benefici (monetari) che rispondono ai bisogni di base legati alla famiglia, all'infanzia e all'abitazione. Oppure le prestazioni che tutelano i cittadini dall'indigenza e dai rischi derivanti dall'assenza di reddito in caso di malattia, maternità, infortunio, invalidità, disoccupazione e vecchiaia. Rientrano inoltre in questa definizione le prestazioni di particolare rilevanza sociale, come l'istruzione e la sanità.

È ormai noto che a dare una decisa spinta alle politiche del lavoro, sia in materia di welfare aziendale che di retribuzione variabile legata ai risultati, abbia contribuito in un primo momento la Legge di bilancio 2016. Legge che ha reso strutturale l'istituto del premio di risultato (in precedenza soggetto ad autorizzazioni annuali), introducendo anche la possibilità di usufruire della totale esenzione fiscale e contributiva per un variegato insieme di beni, prestazioni e servizi di utilità sociale (compresi quelli di cui all'art. 100 Tuir) riconosciuti alla popolazione aziendale non solo su base volontaria, ma anche attraverso accordo collettivo.

In questo senso, i dati diffusi dal ministero del Lavoro hanno confermato che da parte delle imprese si è fatto un ricorso importante ai contratti aziendali che disciplinano il welfare e il premio variabile legato ai risultati: sono 18.716 i contratti di 2° livello depositati nell'ultimo anno, di cui 11.499 si riferiscono a contratti sottoscritti nel 2015. Degli oltre 18 mila contratti depositati, 14.597 si propongono di raggiungere obiettivi di produttività, 10.911 di redditività, 8.333 di qualità. Passando alle misure previste dagli accordi depositati: 1.985 prevedono un piano di

partecipazione e 3.872 prevedono misure di welfare aziendale.

Ora, con le nuove misure introdotte dalla Legge di bilancio 2017, l'asticella si è però alzata perché è stato reso addirittura più conveniente il ricorso al welfare aziendale e al premio di risultato. La novità maggiore risiede, in particolare, nella possibilità di ricorrere senza più alcun limite di spesa (ai fini della totale esenzione) ai contributi, alle forme pensionistiche complementari e ai contributi di assistenza sanitaria a beneficio della popolazione aziendale, nel caso in cui a tali prestazioni abbia optato il dipendente in sostituzione (parzialmente o per l'intero) del premio di risultato. Allo stesso regime di esenzione accede anche il cosiddetto valore delle azioni ricevute dai lavoratori in sostituzione del premio di risultato, al quale non si applicherà il limite di euro 2.065,82 per le azioni offerte alla generalità dei dipendenti.

In conclusione, stando alle ultime novità introdotte, dal 1° gennaio sono esenti da imposizione le somme, corrisposte anche in forma assicurativa, volte alla tutela del rischio di non autosufficienza o di malattia grave, nonché completamente detassati, oltre i limiti di importo stabiliti dal Tuir, i contributi alle forme pensionistiche complementari e i contributi di assistenza sanitaria, se versati in sostituzione di tutto o parte del premio di risultato. Tali interventi sono stati accompagnati dall'incremento dei limiti imponibili (da 2.000 a 3.000 euro) per la tassazione agevolata al 10% dei premi di risultato e all'aumento della soglia di reddito (da 50.000 a 80.000 euro annui).

Sulla carta, secondo gli addetti ai lavori, il risparmio per le imprese è interessante non solo per l'agevolazione fiscale che si ha con l'introduzione di accordi aziendali che istituiscono una remunerazione variabile direttamente collegata agli incrementi (di produttività, di qualità, di innovazione) registrati in azienda su base annuale, ma anche per i vantaggi che derivano dalla possibilità di istituire un welfare aziendale totalmente detassato e decontribuito, cui i lavoratori potranno accedere — a seconda di quanto si prevede nell'accordo aziendale — in alternativa o in aggiunta alla retribuzione di risultato.

Sotto questo aspetto, la manovra 2017 ha dato un ulteriore accelerazione perché l'eliminazione del limite di spesa ai contributi alle forme pensionistiche complementari e ai contributi di assistenza sanitaria, fino a ieri soggetti ad un "tetto" oltre il quale si perdeva ogni agevolazione, consentirà alle imprese di ricorrere in modo più massiccio a queste due forme di welfare — in assoluto, tra le più ambite — nell'ambito di accordi aziendali che prevedano la convertibilità del premio di risultato in prestazioni di utilità sociale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





[L'INDAGINE]
E l'impresa ci guadagna il suo business migliora
Le polizze assicurative sono al primo posto come benefit più diffuso

Il welfare aziendale fa crescere l'impresa. A sostenerlo è l'ultima indagine condotta dal Welfare Index Pmi, a cui hanno partecipato 3.422 aziende, il 6% in più dell'edizione precedente. La valutazione tiene conto di 3 fattori: l'ampiezza e il contenuto delle iniziative attuate per ognuna delle 12 aree del welfare aziendale prese in esame, il modo con cui l'azienda coinvolge i lavoratori e gestisce le proprie scelte di Welfare, l'originalità delle iniziative. Le protagoniste della crescita sono le imprese già molto attive, che nell'ultimo anno hanno

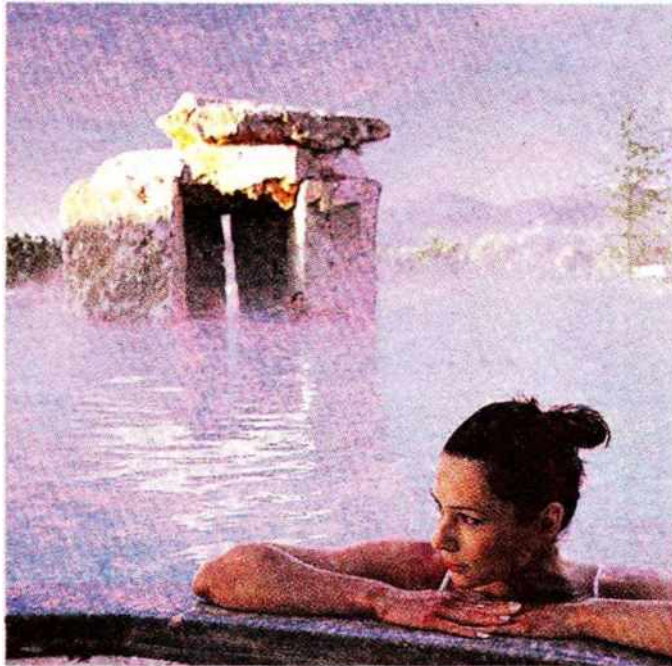
ulteriormente esteso le prestazioni offerte ai lavoratori. Delle 12 aree del welfare aziendale quelle che crescono più velocemente sono la sanità integrativa, la conciliazione vita-lavoro e il sostegno alla maternità, nonché le iniziative aperte al territorio. Al 1° posto, con un tasso del 46,3%, le polizze assicurative per il personale, diverse dalle assicurazioni previdenziali e sanitarie. In altre 5 aree l'iniziativa delle imprese è molto elevata, pari o superiore al 33%. Si tratta del sostegno economico ai lavoratori, della sicurezza e prevenzione degli incidenti, della formazione del personale, della conciliazione vita-lavoro (con iniziative di flessibilità degli orari). (v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il welfare rende più robusta la busta paga perché detassa i servizi alle persone, da quelli tradizionali come la previdenza e l'assistenza complementare, a quelli innovativi e che puntano al benessere dei dipendenti: dalla piscina alla assistenza alla maternità





Dir. Resp.: Mario Calabresi

RAPPORTO
WELFARE“Fine del paternalismo
impresa e dipendenti
condividono le scelte”EMMANUELE MASSAGLI,
PRESIDENTE DI AIWA,
L'ASSOCIAZIONE ITALIANA
DI WELFARE AZIENDALE
NATA A GENNAIO, SPIEGA
COME LE ULTIME LEGGI DI
STABILITÀ ABBIANO MUTATO
IL SISTEMA ALLE RADICI

Milano

«**A**iwa si occuperà innanzitutto di raccontare e spiegare che cosa sia realmente il welfare aziendale, perché oggi diventa fondamentale diffondere le sue vere finalità. Che non sono evidentemente quelle di ridurre questo strumento ad una mera strategia di risparmio economico, bensì di considerarlo una reale leva di competitività e di maggiore produttività per le imprese e di soddisfazione per i lavoratori».

Parte da qui Emmanuele Massagli, presidente di Aiwa, l'associazione italiana di welfare aziendale, nata a gennaio e costituita per il momento da 12 società: Aon Hewitt, Assiteca, Cir, Day Up, Double You/Zucchetti, Easy Welfare, Edenred, Eudaimon, Mercer, Sodexo, Well Work e Willis Towers Watson. Società che insieme rappresentano quasi il 90% di questo particolare mercato, che risulta in forte espansione dopo le novità normative introdotte dalla Legge di Stabilità 2016 e dai successivi aggiornamenti inseriti nel testo del 2017.

«La definizione di welfare aziendale è riportata addirittura nello Statuto dell'Aiwa, riprendendo i termini dell'Agenda delle Entrate scritti nella recente circolare del 2016: ovve-

ro, l'erogazione di beni e servizi aventi finalità di rilevanza sociale che non entrano nel reddito da lavoro del dipendente - puntualizza Massagli -. Per noi, è un inciso che ha rilevanza primaria perché il welfare aziendale ha questa caratteristica nel suo dna».

Eppure orientarsi nella "giungla" del welfare non è obiettivamente facile. Solo negli ultimi anni questo termine ha subito una repentina evoluzione, cambiando pelle via via che le nuove tipologie di secondo welfare, cioè quello finanziato dai privati, hanno iniziato ad affermarsi sul mercato del lavoro con funzioni integrative, in taluni casi anche alternative o parzialmente sostitutive del primo welfare, quello pubblico e statale.

Ora, l'identità del welfare aziendale è cambiata. La svolta, come detto, c'è stata con la Legge di stabilità 2016 che ha consentito di superare l'impianto "paternalistico" dell'iniziativa, erogata in modo unilaterale e volontaria, ribaltando tecnicamente e culturalmente la precedente impostazione. In che modo? «Le attuali disposizioni in materia fiscale non solo permettono l'esclusione dal reddito da lavoro dei servizi e delle prestazioni dei piani di welfare contrattati, ma ne prevedono la piena deducibilità dal reddito di imprese soltanto se non sono unilaterali e volontari, esattamente il contrario dello scenario precedente», risponde il presidente.

Tuttavia, nonostante i passi in avanti compiuti nell'ulti-

mo biennio dal punto di vista normativo, continuano ad esserci ancora forti diffidenze nei confronti del welfare aziendale. «Sono resistenze fisiologiche, perché i cambiamenti introdotti sono stati tanti e sono stati introdotti attraverso processi di sedimentazione - sottolinea Massagli -: il cambiamento più radicale è, senza dubbio, quello della "contrattabilità" che di fatto rende il welfare uno strumento di scambio economico. Per intenderci, grazie alle nuove norme viene messo al centro il dipendente valorizzandolo il ruolo delle parti sociali, responsabilizzando la contrattazione di prossimità e comprendendo la funzione anche economica del welfare, senza superarne la finalità sociale».

Quale regolazione futura per il welfare aziendale? «È arrivato il momento di mettere mano al Testo Unico, dopo i tanti cambiamenti introdotti in questi anni risulta obiettivamente caotico - risponde il presidente -. Quindi, urge una razionalizzazione della norma per evitare dubbi interpretativi».

Quando ci sarà la definitiva consacrazione del welfare aziendale? «Quando questo strumento sarà allargato anche ai dipendenti pubblici. Il ministro Madia ha confermato questa possibilità, e lo ha ribadito anche di recente ai sindacati. Si tratta di un passaggio fondamentale che permetterebbe al mercato del welfare di crescere in modo esponenziale in termini di valore», conclude Massagli. (v.d.c.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Emmanuele Massagli, presidente di Aiwa, l'associazione di welfare costituita da 12 società che rappresentano il 90% del mercato

Dir. Resp.: Mario Calabresi

RAPPORTO WELFARE

“Sviluppiamo la previdenza complementare”

VI ADERISCE MENO DEL 28% DELLA FORZA LAVORO. LA RICETTA DEL PRESIDENTE DELLA COVIP, MARIO PADULA: “BISOGNA RIDURRE I COSTI, LAVORARE SU EFFICIENZA E FLESSIBILITÀ, GARANTIRE UNA MAGGIORE TRASPARENZA”

Mariano Mangia

Roma

Il 2016 ha visto crescere iscritti e contributi, ma alla previdenza complementare aderisce meno del 28% della forza lavoro. Al presidente della Covip, Mario Padula, abbiamo chiesto cosa si può fare per cercare di ampliare la platea di aderenti.

«Bisogna lavorare sul fronte dell'efficienza, della flessibilità, della trasparenza. Molto, per la verità, è stato fatto, ma resta ancora da fare: bisogna creare le condizioni che rendano possibile uno sviluppo sempre più ordinato e armonico di questo settore».

Come si può intervenire?

«Efficienza vuol dire fare in modo che i costi siano sempre più bassi. I costi hanno un effetto di primo ordine sulle prestazioni, banalmente tanto più sono elevati, tanto più basse saranno le prestazioni. Occorre lavorare da un lato con le aggregazioni che possono contribuire a realizzare economie di scala, dall'altro attivando quei meccanismi concorren-

ziali che fanno sì che i costi siano tenuti il più bassi possibile».

Una delle critiche ai fondi pensione riguarda i vincoli posti al loro utilizzo.

«Il Ddl concorrenza, che sta auspicabilmente concludendo il suo iter parlamentare, contiene misure che incrementano la flessibilità sia in entrata, con la possibilità di contribuire anche solo in parte con il Tfr, sia in uscita, con misure che unitamente all'iniziativa “Rita” consentiranno di adoperare, in tutto o in parte, la posizione accumulata presso una forma previdenziale integrativa prima della maturazione del requisito d'età della pensione di base. Queste misure vanno nella direzione di estendere e di rafforzare il ruolo della previdenza complementare che non sarà solo semplicemente di integrazione dell'assegno pensionistico di base, ma potrà essere anche usata per accompagnare quella fase, già ora difficile, di transizione dalla vita attiva al pensionamento».

C'è una spinta a rispondere anche ad altre esigenze, a coprire altri rischi.

«Questi bisogni di protezione sono tipici di società che invecchiano e riguardano non solo la protezione dal rischio di longevità, che è il tema di cui si occupa la previdenza, ma anche la protezione sanitaria e assistenziale. Per la previdenza è stato fatto molto e molto resta ancora da fare, per la sanità integrativa ci sono circa 500 soggetti che operano in

un settore poco regolato e poco vigilato. Bisognerebbe intervenire, quantomeno con un'operazione di riordino e di attribuzione delle competenze di vigilanza».

Occorrerebbe cominciare dalle regole.

«La previdenza integrativa esisteva già nel settore bancario e assicurativo, si è estesa ad altri settori e poi si è intervenuti con una norma di settore. Un percorso analogo potrebbe essere seguito anche per la sanità integrativa, immaginando di attribuire competenze di vigilanza a chi già esercita questa vigilanza che abbiamo chiamato vigilanza sociale, perché riguarda interessi che hanno una garanzia di rango costituzionale, interessi di grande rilevanza sociale, quelli appunto del risparmio previdenziale, così come quelli che riguardano i bisogni di cura e di assistenza».

Sarebbe opportuno introdurre, come per i fondi pensione, sistemi di controlli, presidi di trasparenza.

«Ci sono molti aspetti simili, problemi che si sono posti e che abbiamo affrontato nella previdenza complementare. Se si vuole immaginare che la sanità integrativa possa avere un ruolo in futuro, allora a questo futuro bisogna prepararsi e quindi cominciare a fare quello che dieci anni fa si è fatto con la previdenza complementare. C'è molto da imparare dalla previdenza complementare, in un certo senso non si parte da zero, ma si deve partire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



“Lavorare sull'efficienza”
Il presidente della Covip, **Mario Padula** (nella foto), propone una sua ricetta per cercare di ampliare la platea di aderenti alla previdenza complementare



RAPPORTO
WELFARESmart working, vacanze e palestra
il lavoratore felice produce meglio

AI VANTAGGI TRADIZIONALI SEMPRE PIÙ SPESSO LE IMPRESE AGGIUNGONO INIZIATIVE PER IL PIACERE DEI DIPENDENTI: "CREARE MOTIVAZIONE AIUTA L'EFFICIENZA NEL LAVORO". ECCO LE INIZIATIVE, ANCHE ORIGINALI, VARATE DA ALCUNE SOCIETÀ
Veronica Olivieri

Milano

Non solo servizi, ma anche sorrisi. Il welfare aziendale è diventato 2.0 e così, accanto ai vantaggi più tradizionali come assicurazioni sanitarie o contributi per lo studio dei figli, le imprese mettono in campo iniziative per il benessere fisico e psicologico dei dipendenti. Consapevoli che, spiega il presidente dell'associazione per la responsabilità sociale d'impresa Csr manager network Fulvio Rossi, le pratiche di welfare aziendale contribuiscono a «creare motivazione, fedeltà, benessere organizzativo e pertanto anche efficienza e produttività».

Esempio emblematico di questo cambio di approccio è la nuova iniziativa My Energy Journey del gruppo Generali, che alle tradizionali prestazioni di welfare per i dipendenti ha da poco affiancato un piano che punta prima di tutto alla loro salute e serenità. Testato l'anno scorso su 250 dirigenti, sarà esteso quest'anno a 1.500 persone, per poi interessare progressivamente tutti i lavoratori. «Si comincia con un check up effettuato da un gruppo di medici qualificati che indica a ognuno le attività più congeniali alla sua situazione. Si va dal pilates allo yoga, dalla corsa alla meditazione. Il nostro obiettivo è promuovere uno stile di vita equilibrato, con un'alimentazione sana e la giusta dose di riposo. Per lavorare bene è importante imparare a gestire le proprie risorse energetiche», racconta il responsabile Risorse umane Giovanni Luca Perin.

Un cambio di passo si osserva an-

che nelle politiche a sostegno della maternità, dove negli ultimi anni sono state avviate diverse iniziative innovative. Il gruppo di spedizioni Nextive è stato premiato nel 2016 da Manageritalia per le sue politiche in questo ambito: all'integrazione dell'indennità Inps ha affiancato il programma Nutrimamma per un'alimentazione corretta in gravidanza, servizi di consulenza sui diritti e doveri legati alla maternità, sostegno psicologico per le neomamme e i neopapà. E i risultati, dice la responsabile Hr Cinzia Spaziani, si vedono: «Tutti i neogenitori rientrano serenamente in azienda dopo il periodo di maternità, si sentono supportati e capiti nelle loro esigenze, si assentano meno e lavorano meglio».

E se nella sua sede centrale di Roma Unilever ha aperto una sala allattamento per un rientro al lavoro meno traumatico, a disposizione di tutte le dipendenti del gruppo del largo consumo, racconta il direttore Risorse umane Gianfranco Chimiri, ci sono «controlli medici periodici e assistenza nutrizionale per chi vuole perdere peso dopo la gravidanza. Entrambi i genitori, inoltre, nei primi tre anni di vita del figlio possono lavorare sempre in modalità smart working». Oltre ai servizi per la maternità ad integrazione di quelli pubblici da sempre carenti in Italia infatti, l'altra grande sfida del welfare aziendale è proprio il telelavoro. Via importante per bilanciare impegni professionali e vita privata, ma ancora oggetto di timori e resistenze da parte del management. Il colosso dell'informatica Microsoft lo smart working lo ha introdotto dieci anni fa e oggi possono farlo tutti i dipendenti, tanto che nella nuova sede di Milano non ci sono neanche postazioni fisse.

«In un anno è aumentato di cinque volte il numero di dipendenti che lavora in modalità smart per più di sei giorni al mese, passando dall'11% al

55%. Non solo: il 79% dei dipendenti che lavora in smart working dichiara di essere più produttivo», sottolinea il direttore Hr Pino Mercuri.

Ma se molte iniziative innovative di welfare vengono dalle multinazionali, non è necessario essere grandi per ottenere risultati interessanti in questo campo. Il Colorificio San Marco, per esempio, azienda veneta con 190 dipendenti in Italia, in quattro anni ha messo in campo numerose iniziative. La vicepresidente e responsabile Hr Mariluce Geremia elenca quelle più originali: «Abbiamo attivato il recupero degli interessi passivi sui mutui e un piano di stage retribuiti con 500 euro al mese per i figli dei dipendenti. Da tempo mettiamo a disposizione dei lavoratori gratuitamente una casa al mare per le vacanze estive e abbiamo appena lanciato il progetto Academy: uno spazio libero in cui le persone possono organizzare corsi o partecipare a seminari online».

Anche i piccoli hanno ben presente l'importanza del benessere dei propri lavoratori e il ruolo del sorriso e della salute come leva della produttività. «Considerata l'alta percentuale di personale femminile, abbiamo stipulato una convenzione con uno specialista in radiodiagnostica. Oggi offriamo alle nostre 120 dipendenti controlli senologici gratuiti», spiega Filippo Callipo, presidente dell'omonimo gruppo alimentare calabrese.

Mentre Michele Bardus, imprenditore piemontese ispirato dal modello di Adriano Olivetti, nella nuova sede della sua Euroconnection, leader europea nei cablaggi industriali con 70 dipendenti, ha previsto anche un'area relax e fitness. «C'è spazio per leggere un libro, bere una tisana, fare una partita a calcio balilla. La palestra è aperta anche il sabato e la domenica: possono usarla gratuitamente non solo i nostri dipendenti, ma anche le loro famiglie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





A destra **Michele Bardus** (1) presidente. Euroconnection;
Gianfranco Chimiri (2) resp. Risorse umane Unilever Italia;
Giovanni Luca Perin (3), dir. Risorse umane Generali Italia; **Mariluce Geremia** (4) vice presidente Colorificio San Marco



CONTRATTI

Per gli orafi accordo nel segno del welfare

Cristina Casadei ▶ pagina 11

LAVORO

Rinnovi. Siglato il contratto che prevede benefit e rafforzamento della previdenza

Gli orafi investono sul welfare

Sanità integrativa a carico delle imprese per tutti gli addetti e i familiari

AUMENTO EX POST

Per il livello medio, il quarto, nella busta paga di giugno 11,88 euro in più, in base all'inflazione del 2015 e del 2016

Cristina Casadei

■ Per i 45 mila orafi argentieri e gioiellieri arriva il nuovo contratto di lavoro. Dopo l'ipotesi di accordo siglata lo scorso mese e il via libera arrivato dalle assemblee dei lavoratori, ieri Federorafi Confindustria e Fim, Fiom e Uilm hanno firmato il contratto che sarà valido fino al 30 giugno 2020. La presidente di Federorafi Ivana Ciabatti lo definisce «un primo importante passo verso un rapporto nuovo e moderno con le organizzazioni sindacali», mentre il vicepresidente Dimitri Stella, che guida la delegazione datoriale, sottolinea che il nuovo contratto «massimizza i benefici per i lavoratori a costi sostenibili per le imprese grazie all'utilizzo di strumenti innovativi come il welfare. È stato raggiunto un risultato economico che aiuta aziende e lavoratori a migliorare le condizioni contrattuali e ad aggiornarsi con i tempi, con fattori qualificanti innovativi soprattutto sul welfare».

L'intesa raggiunta dalle parti prevede che i minimi contrattuali saranno aggiornati a giugno di ciascun anno sulla base dell'inflazione registrata dall'indice

Ipca, l'indice dei prezzi armonizzato a livello europeo. Questo mese, in busta paga i lavoratori si ritroveranno la quota determinata sulla base dell'inflazione del 2015 e del 2016: tabella alla mano questo significa che per il livello medio di riferimento, il quarto, l'aumento sarà 11,88 euro. Il riconoscimento dell'inflazione avverrà quindi ex post anno su anno e non più ex ante. Le parti hanno anche definito una tantum di 80 euro che i lavoratori troveranno nella busta paga di ottobre.

Oltre all'aumento sui minimi e all'una tantum, l'intesa prevede un pacchetto welfare costituito da una quota che verrà impiegata per i benefit e da una quota che verrà impiegata per previdenza complementare e sanità integrativa. In particolare sono stati previsti 100 euro a gennaio 2018, 150 euro a giugno 2019 e 200 euro a giugno 2020 che i lavoratori potranno usufruire sotto forma di buoni spesa o servizi di assistenza o benefits, con il vantaggio di ricevere l'ammontare netto e quindi beneficiando degli sgravi fiscali previsti dalla legge.

Il pacchetto welfare prevede inoltre un rafforzamento della previdenza complementare portando il contributo aziendale al fondo Cometa dall'1,2% all'1,6% della retribuzione a partire da aprile del 2018, mentre ri-

mane all'1,2% il contributo del lavoratore. Quanto all'assistenza sanitaria, l'accordo ha previsto il riconoscimento per tutti i lavoratori e i loro familiari - anche conviventi di fatto - dell'iscrizione a metaSalute. Attualmente la sanità integrativa è prevista per i lavoratori che vi aderiscono con contribuzione di 72 euro annue a carico dell'azienda e 36 euro annue a carico del lavoratore. Da aprile 2018 verrà estesa a tutti gli addetti e i loro familiari a carico, per un valore pari a 156 euro annue, totalmente a carico dell'azienda.

Sul piano normativo l'intesa ha introdotto il diritto soggettivo alla formazione per 24 ore di cui due terzi a carico dell'impresa per i lavoratori non coinvolti in piani di formazione con un contributo aziendale fino a un massimo di 300 euro. Inoltre il contratto introduce la possibilità di frazionamento a ore dei congedi parentali, il rafforzamento del part time e una serie di misure di conciliazione vita lavoro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Impresa

Welfare aziendale,
sfida «privata»
per attrarre talenti

ARENA A PAGINA 10

Welfare aziendale, sfida «privata» per tagliare costi e attrarre talenti

Rivoluzione culturale in atto: due imprese su tre ci credono

In aumento il ruolo dei provider di servizi. Mense e buoni pasto restano i benefit più diffusi ma cresce l'offerta di flessibilità negli orari e di sostegno allo studio per i figli di dipendenti

CINZIA ARENA

Le imprese italiane scommettono sul welfare. E non solo per beneficiare delle agevolazioni fiscali. A spingerle è soprattutto la volontà di migliorare il clima tra colleghi, attrarre talenti e incrementare la produttività dei dipendenti. La ricerca «Welfare aziendale in Italia. Edizione 2017» condotta dal professore Luca Pesenti, docente dell'Università Cattolica di Milano, per *Welfare Company* su un campione di 326 manager e direttori del personale provenienti da aziende di tutta Italia fotografa una realtà in continuo movimento. Due aziende su tre (il 67%) investono nel welfare, il 18% lo ha fatto introducendo nuove soluzioni nell'ultimo anno. Mense aziendali e buoni pasto gli strumenti più utilizzati (dal 60% degli intervistati) seguiti da flessibilità degli orari (46%), polizze sanitarie (37%) e benefit per lo studio dei figli. Il 37% delle aziende ha salutato in maniera positiva l'attivazione di agevolazioni fiscali previste nelle nuove normative, considerandole un incentivo utile ma non decisivo nella scelta delle misure da adottare.

La ricerca ha messo in luce uno «sviluppo culturale rilevante nelle relazioni industriali» come lo ha definito il professor Pesenti. Le aziende che fanno welfare sono quelle più moderne. «Sono quelle che lavorano per trovare nuovi sbocchi di mercato, che innovano i processi organizzativi, che investono su logistica, marketing e distribuzione. Dunque, il welfare non è episodico, ma parte di una strategia di modernizzazione dell'impresa». E dall'altro

lato i sindacati si mostrano più interessati all'argomento. Solo nel 18% dei casi, infatti, gli intervistati lo definiscono ostile, anche se il 42% delle aziende lamenta una scarsa collaborazione. Un punto critico segnalato dalla ricerca è invece la mancata diffusione di modalità condivise di welfare tra imprese. Solo l'8% del campione ne fa già uso. «Su questo ci sono da fare grandi passi in avanti, perché è una condizione forse indispensabile per permettere anche alle piccole imprese di accedere a queste esperienze» ha sottolineato Pesenti.

Per quanto riguarda la modalità di introduzione del piano di welfare, il campione si divide a metà tra chi lo ha fatto con modalità unilaterali e chi invece ha invece siglato un contratto aziendale. Ancora poco diffuso l'utilizzo della contrattazione territoriale (2%).

Chiara Fogliani, Ceo di Welfare Company ha spiegato che la presenza dei provider di servizi è in aumento esponenziale. «Erano il 18% nel 2016, oggi sono presenti nel 25,5% delle aziende. Le imprese hanno capito che il provider non è un semplice fornitore di servizi di welfare, ma un vero e proprio partner capace di costruire un piano su misura». Dalla ricerca emerge che in un'azienda su tre il tasso di conversione del premio di produttività in servizi di welfare risulta inferiore al 30%, ma un buon piano di comunicazione può aumentare la percentuale di conversione anche fino all'80%, con vantaggi per tutti: per i stessi dipendenti, che vedono aumentare il proprio potere di acquisto, per le imprese, che possono avere dei risparmi fiscali, per gli erogatori di servizi, perché il welfare ge-



nera un indotto positivo e anche per lo Stato, perché i servizi di welfare garantiscono la trasparenza e la tracciabilità.

«La ricerca mostra poi che il provider viene scelto innanzitutto sulla base della capillarità della rete di servizi offerti e in subordine per la semplicità di utilizzo delle tecnologie messe a disposizione delle aziende. Meno rilievo viene dato invece ai costi dei servizi» ha spiegato Fogliani.

Per quanto riguarda il futuro la ricerca evidenzia che il 41% delle imprese coinvolte è già al lavoro per introdurre un nuovo piano o ampliare quello esistente. Nello specifico il 28% sta lavorando su benefit materiali, il 23% sull'assistenza sanitaria e il 22% su agevolazioni per lo studio dei figli. Ma la vera sfida per il 33% del campione è quella dello smart working: vale a dire la possibilità di lavorare da casa o in azienda in maniera flessibile a seconda delle necessità. Uno strumento che unisce produttività e benessere per i lavoratori.

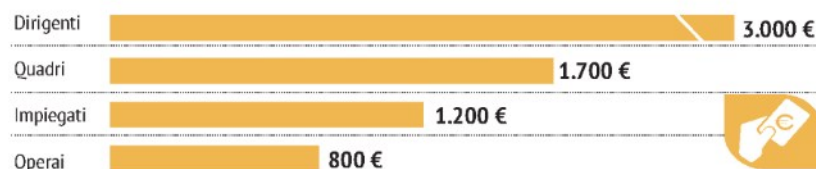
© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

La distribuzione dei benefit di welfare più diffusi



Gli importi medi



FONTE: Welfare Company



i numeri

67%

PERCENTUALE DI
AZIENDE CON ALMENO
1 BENEFIT DI WELFARE

18,4%

LE AZIENDE CHE HANNO
INTRODOTTO
STRUMENTI DI WELFARE
AZIENDALE
NEGLI ULTIMI 18 MESI

41,6%

LE AZIENDE CHE SI
LAMENTANO PER LA
POCA PREPARAZIONE
DEI SINDACATI SUL TEMA

49,7%

PIANO DI WELFARE CON
CONTRATTO AZIENDALE

I casi. Ecco le aziende che hanno investito nella salute

Da Solvay a Pellegrini, da Snam a Sofidel, i programmi aziendali che si prendono cura dei dipendenti

SILVIA CAMISASCA

Tra le "spie" sociali più sensibili al venir meno di politiche di Welfare compare, come atteso, l'aumento delle disuguaglianze tra le persone, in particolare, nell'ambiente di lavoro: salute e qualità della vita sono il terreno su cui si rischia di pagare il prezzo più pesante. Assicurare un accesso diffuso ed equo a cure, prevenzione e stili di vita corretti è obiettivo raggiungibile solo con il concorso di pubblico e privato. Nel convegno "Promuovere salute e benessere sul lavoro", organizzato Milano da Fondazione Sodalitas, è stato approfondito quanto sia fondamentale il peso specifico delle aziende su questo fronte. Poiché sul lavoro si trascorre gran parte del tempo, l'impresa può fare la differenza in campo di prevenzione e cura della popolazione: è vantaggioso per le aziende stesse scegliere di investire in questo ambito, per evitare di subire conseguenze di processi inevitabili, come chiaro dai dati sulla correlazione tra longevità e mondo del lavoro. In Italia, infatti, i lavoratori nella fascia di età 55-64 anni sono ad oggi 7,5 milioni e nel 2013 raggiungeranno i 9,8 milioni: la sfida che le imprese hanno tutto interesse a vincere è di mantenere motivata, in salute e produttiva una forza-lavoro sempre più senior.

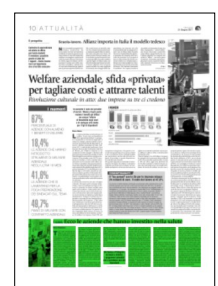
Con questa consapevolezza, 482 aziende, per un bacino complessivo di 219mila lavoratori, hanno aderito al programma «Aziende che Promuovono Salute-Rete WHP Lombardia», promosso da Regione Lombardia capace in soli 5 anni di capitalizzare un patrimonio di sperimentazioni sul campo di grande efficacia per la salute.

La carrellata di "casi modello" parte da Solvay, leader mondiale del settore chimico: per incentivare lo spirito di squadra dei lavoratori nella promozione di un corretto stile di vita ha scelto di impostare nell'headquarter di

Bollate, alle porte di Milano, un programma, ben articolato, teso alla revisione globale dei menu aziendali e a corsi di formazione con nutrizionisti, per incentivare l'attività fisica dei dipendenti durante l'orario di lavoro, e a stilare un programma di welfare per la conciliazione famiglia-lavoro. Focalizzato invece sulla formazione l'impegno di Pellegrini, realtà di riferimento nella ristorazione collettiva, che ha firmato una partnership con la Art joins Nutrition Academy, autorevole partner scientifico specializzato in nutrizione culinaria, per la definizione di una raccolta di "Ricette Wellness" e per la formazione di oltre 200 cuochi attraverso un master articolato in sessioni teoriche ed esercitazioni pratiche: il tutto per migliorare la conservazione degli oltre 200.000 pasti serviti ogni giorno nelle mense gestite dall'azienda.

Snam, player europeo nel settore del gas naturale, ha fatto del contrasto al tabagismo la propria bandiera con un percorso di dissuefazione particolarmente mirato studiato con la ATS: si parte da un questionario sulla dipendenza da fumo e sulla motivazione a smettere. Chi si mostra idoneo partecipa alla sessione collettiva di medico e psicologo, per poi accedere ai vari step di incontri individuali. Edenred, operante a livello nazionale nel settore dei buoni pasto da oltre 35 anni, con "Pausa Mediterranea by FOOD" ha fatto leva sui principi della Dieta Mediterranea, incentivando una sana e corretta alimentazione in pausa pranzo, rivolta sia agli utilizzatori dei Ticket Restaurant che alla rete di esercizi pubblici dei buoni pasto. Infine Sofidel, azienda cartaria italiana nota per il marchio Regina, in partnership con il Gruppo Ospedaliero di San Donato ha guidato l'iniziativa «Alimenta la tua salute» articolata in una prima fase di sensibilizzazione al "sostenibile" di dipendenti e familiari, e in una seconda di miglioramento degli standard di qualità dei cibi nelle sedi dell'azienda e dei prodotti dei distributori automatici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Reddito da lavoro. Libertà di scelta di modello e gestore: il forfait resta imponibile

Cellulari ai dipendenti, rimborsi tassati

Giorgio Gavelli

■ Sono soggetti a imposta, quali **componenti del reddito** di lavoro dipendente, i rimborsi delle spese d'acquisto e di utilizzo dei **telefoni cellulari** a uso "promiscuo" aziendale e personale, con quest'ultima **quota forfetizzata** al 50 per cento.

È questa la (prevedibile) risposta fornita dalle Entrate con la **risoluzione n. 74/E** in risposta all'interpello di un gruppo bancario, che si poneva l'obiettivo di ottenere una versione "attenuata" del principio di "onnicomprensività" del reddito di lavoro dipendente, disciplinato dall'articolo 51, comma 1, Tuir.

La società istante vorrebbe introdurre una nuova modalità di gestione dell'uso del telefono da parte dei dipendenti, in alternativa a quello già in uso che prevede che la chiamata "privata" venga preceduta da un prefisso identificativo, così da consentire il calcolo del traffico da addebitare al dipendente. Poiché questi cellulari aziendali non consentono un pieno accesso a tutte le funzionalità oggi fruibili sul mercato, si ipotizza di lasciare il dipendente libero tanto di acquistare un modello a sua scelta, quanto di stipulare un contratto con il gestore prescelto. Essendo pressoché impossibile, in questo modo, distinguere con precisione il traffico privato da quello aziendale, la società propone di forfetizzare il rimborso nella misura del 50% di tutte le spese sostenute, non considerando tali importi nell'ambito della

determinazione del reddito di lavoro dipendente in quanto soddisferebbero un interesse prevalentemente aziendale.

L'Agenzia "smonta" però tutte le giustificazioni fornite dall'istante. Infatti, il legislatore ha già indicato ai commi 4 e 5 dell'articolo 51 del Tuir, in quali casi è possibile forfetizzare ciò che non ha effetti reddituali, come accade per le trasferte, per l'uso dell'autoveicolo privato, per i prestiti, etc. Purtroppo questa elencazione non è stata aggiornata con le crescenti esigenze dei dipendenti, costringendo le aziende ad adottare comportamenti che possono generare problemi in sede di verifica. Tuttavia, la lacuna non può essere colmata in via interpretativa, e, in considerazione della diffusione di queste problematiche, è il legislatore a dover intervenire con norme ad hoc.

Nel caso di specie, l'Agenzia nega che i rimborsi in esame siano il presupposto di un esclusivo interesse aziendale (come avviene, ad esempio, nel caso del telelavoro: Risoluzione n. 357/E/2007), anche perché l'uso del cellulare non sembra, in questa ipotesi, collegata a una peculiare prestazione lavorativa (come, invece, è stato riconosciuto per i dipendenti Enel impegnati in turni di reperibilità (Cassazione n. 10367/04). In effetti, l'ipotizzata nuova modalità di "gestione" delle spese telefoniche private è, nel caso descritto dalla risoluzione, più una comodità del dipendente che una esigenza del datore di lavoro.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Health Italia a 4,9 mln nel trimestre

di Valerio Testi

Nel primo trimestre 2017 il gruppo **Health Italia** ha realizzato ricavi consolidati per 4,9 milioni di euro, con un ebitda di 0,82 milioni. In particolare la capogruppo ha registrato 4,14 milioni di euro di fatturato e 0,53 milioni di ebitda. Compatibilmente con le tempistiche la società avvierà la gestione operativa del poliambulatorio specialistico a Roma e dell'ambulatorio dentistico e del poliambulatorio specialistico di Formello, con l'obiettivo di integrare verticalmente il business model tramite la fornitura di prestazioni sanitarie e dentistiche specializzate. Tra le novità, il cda punta ad avviare i primi tre centri Health Point, cioè servizi sanitari e di medicina a distanza, una nuova società che opererà nel campo della sanità integrativa in alcuni Paesi esteri, il portale Family Idea per la promozione e vendita di beni e servizi per la famiglia, per i sistemi di welfare aziendale e per l'assistenza a domicilio e in strutture specializzate.



Il commento del presidente Di Renzo sull'assistenza complementare

Welfare, gap da ridurre

Le associazioni di categoria sono i motori



DI MANOLA DI RENZO

Il welfare sta cominciando a divenire materia di studio e attuazione, finalmente. Dopo anni in cui si è rimasti ancorati a una idea tradizionale del lavoro, la crisi che ha attanagliato negli ultimi anni ha contribuito a innescare un meccanismo di risposta da parte del mercato del lavoro verso, appunto, una gestione complementare dell'impianto di assistenza ai lavoratori.

Naturale è che, allorché le congiunture, internazionali e non, determinino una contrazione significativa della liquidità disponibile, siano le stesse aziende a escogitare le misure idonee per sopravvivere. «Proprio questo ha predisposto il terreno all'auge dell'ultimo periodo della discussione pubblica e delle misure approntate in tale ambito, ma non è ancora abbastanza. In Italia paghiamo soprattutto un ritardo di attuazione del welfare aziendale, nonché del dibattito necessario a farne comprendere l'importanza», commenta il presidente Cnai Orazio Di Renzo.

All'interno delle discussioni pubbliche e istituzionali trova finalmente il posto che merita anche quel che concerne il ruolo ricoperto dalle associazioni di categoria. Focus, in particolare, in materia di contrattazione e di rinnovo contrattuale.

Dinanzi a sistemi produttivi ormai caratterizzati da una connaturata flessibilità è necessario che la sottoscrizione dei nuovi contratti faccia i conti con le rinnovate esigenze delle linee produttive (favorire un allineamento tra salari e produttività) nonché dei bisogni degli stessi lavoratori.

Chiaro, in primo luogo, che

è doveroso un superamento dell'idea di un sistema di tutele focalizzato esclusivamente sulle politiche attive indirizzate solo al reinserimento del lavoratore sul suo posto: ormai la carta forte in mano al dipendente non deve essere la certezza di mantenere in maniera imperitura la medesima attività, quanto piuttosto la possibilità di maturare un discreto portafoglio di competenze che, qualora l'azienda si trovasse in un periodo di contrazione produttiva, gli permetta di prestare la propria opera in altre sedi o diversi comparti, proprio grazie al suo elevato grado di occupabilità.

«Non è certo, però, oro tutto quel che luccica. L'ormai imprescindibile attenzione nei riguardi del miglioramento del sistema di formazione e di welfare aziendale, non deve far dimenticare che il primario meccanismo, che innesca il ciclo virtuoso della produzione, per quanto flessibile, è proprio la ripresa vivace del mercato del lavoro stesso. Non dobbiamo vivere nella dicotomia tra occupazione e occupabilità: quanto, piuttosto, dobbiamo comprendere che i due termini, o meglio, le due fasi, sono visceralmente interconnesse», sottolinea il presidente Di Renzo.

Il ruolo delle associazioni di categoria, a fronte di una situazione tanto mutata, è tanto grande da non prescindere anche dall'impegno fattuale della realtà territoriale di riferimento. Questione alla base del rapporto con le associazioni di

categoria deve essere il superamento del pregiudizio meramente economico, puntando invece alla costituzione di una risposta socio-economica. Esempio lampante di questa innovata relazione è lo spostamento semantico, per esempio, della questione della «paga», trasformatasi in «rapporto» con il dipendente. Il «rapporto» prevede la considerazione del dipendente come persona: l'azienda pertanto si fa interprete, così, delle necessità e i bisogni che possono sorgere lungo il corso della vita di un lavoratore.

«Notiamo però che, benché il governo abbia proceduto a un ammodernamento dell'impianto legislativo, per esempio con il suo intervento su Tuir e la riduzione dell'aliquota Irpef sui premi di risultato scesa al 10%, ancora troppo c'è da fare per recuperare il gap in materia di welfare aziendale. La triade storica del welfare aziendale, ovvero pensioni, tutela del lavoro e sanità, deve integrarsi con i servizi per il supporto alla maternità o la cura dei figli, per il benessere del singolo o, ancora, l'assistenza agli anziani», analizza il presidente Di Renzo.

Le associazioni di categoria, in particolar modo in riferimento al mondo delle Pmi, hanno una visione privilegiata sui bisogni e le necessità della realtà produttiva: sanno che ogni territorio ha diverse proprietà, come sanno che ciascuna azienda ha una natura peculiare cui corrispondono bisogni particolari. Ecco quindi che proprio la realtà compressa della Piccola e media impresa garantisce un rapporto diretto con i lavoratori e le loro famiglie, nonché con il proprio territorio di riferimento di cui si comprendono naturalmente le caratteristiche.





Orazio Di Renzo

Patto Ubi Banca-Confindustria

Il welfare aziendale diventa 2.0

Al posto del premio di risultato beni e servizi agevolati

Equazione

Una situazione migliore da slancio alla possibilità di innalzare la produttività

Qualità della vita

L'obiettivo dei servizi è di migliorarla sia in ambito privato che lavorativo

Piattaforma

A proposte e agevolazioni si potrà accedere via smartphone

VASTA PLATEA

L'accordo bergamasco interessa 78mila dipendenti di oltre 1.200 imprese

UNICO IN ITALIA

Tra i "benefit" una nuova cassa di assistenza sanitaria e previdenza integrativa

Michele Andreucci
■ BERGAMO

ELEVARE la qualità della vita privata e lavorativa e, quindi, migliorare il clima aziendale e innalzare la produttività. È l'obiettivo dell'innovativo piano welfare di Ubi Banca destinato alle oltre 1.200 aziende (per 78mila dipendenti) iscritte a Confindustria Bergamo.

L'iniziativa rappresenta un'alternativa al tradizionale premio di risultato in denaro che viene versato ai lavoratori attraverso il contratto integrativo. Il welfare aziendale, invece, è costituito da una serie di beni e servizi agevolati, che vanno dalla sanità alla previdenza integrativa, dal tempo libero all'educazione: il servizio, in pratica, consente di avere accesso ad una nuova cassa di assistenza sanitaria, a fondi pensione aperti, a proposte per il tempo libero e la cultura, a rimborsi per le spese sostenute per l'educazione dei figli e la cura della propria famiglia, all'acquisto di beni e servizi a condizioni vantaggiose.

I DIPENDENTI delle aziende bergamasche potranno introdurre queste agevolazioni nei loro contratti integrativi utilizzando il protocollo firmato tra l'associazione degli industriali e Ubi Banca, basato su una piattaforma di beni e servizi welfare a cui potranno accedere tramite smartphone e scegliere le varie opzioni. L'istituto di credito orobico, attraverso la divisione Ubi Welfare, composto da una trentina di professionisti, è la prima banca in Italia ad aver realizzato un'offerta simile, completa

e personalizzabile sulla base delle esigenze delle imprese, e una rete di specialisti ad hoc sulle tematiche del welfare che possono accompagnare l'imprenditore nel percorso di attivazione del piano welfare aziendale.

SODDISFATTO il presidente di Confindustria Bergamo, Stefano Scaglia. «È uno strumento - sottolinea - da mettere a disposizione delle nostre imprese, adattato alle loro esigenze, che avrà ricadute positive per il territorio nell'ambito di un progetto sul welfare più ampio. Un complesso di beni e servizi fornito dalle aziende ai dipendenti per elevare la qualità della vita privata e lavorativa e, quindi, migliorare il clima aziendale e innalzare la produttività».

SECONDO Rossella Leidi, vice direttore generale Ubi Banca e chief wealth and welfare officer, «la partnership ci consente di avviare un percorso di collaborazione a vantaggio delle 1.200 imprese associate a Confindustria Bergamo, delle 140 cooperative sociali del territorio, delle oltre 2.200 aziende con più di 25 dipendenti già clienti di Ubi Banca e delle numerose organizzazioni del terzo settore del territorio. Tendo a sottolineare la territorialità della piattaforma, che da una parte cerca di fornire risposte alle esigenze dei lavoratori e delle loro famiglie e dall'altra di coinvolgere le aziende e gli enti del terzo settore del territorio come fornitori di beni e servizi, in particolare legati all'assistenza e alla cura delle persone».

Roberto Zappa, presidente del gruppo metalmeccanici, parla di «efficace sistema gestionale informatico, correlato a un novero di servizi qualificati, che possono aiutare a perseguire un approccio al welfare opportunamente governato. È un'iniziativa condivisa da tutte le categorie d'impresa di Confindustria Bergamo».





Rosella
Leidi

«Così coinvolgiamo le organizzazioni del terzo settore»

BERGAMO. Il vicedirettore generale Ubi Banca e chief wealth and welfare officer Rosella Leidi sottolinea l'importanza del coinvolgimento delle numerose organizzazioni del terzo settore - come fornitori di beni e servizi in particolare legati all'assistenza e alla cura delle persone - che operano nella Bergamasca. Le linee guida per il Welfare aziendale saranno al centro del convegno in programma oggi, alle 16, alla Fiera di Bergamo.



SQUADRA Il team del presidente di Confindustria Stefano Scaglia (al centro). Nel riquadro, Roberto Zappa

Il caso. Confindustria propone un percorso in 5 fasi per costruire un pacchetto taylor made nelle imprese

Da Bergamo linee guida sul welfare

La proposta arriva dopo l'indagine che ha coinvolto 9 comparti e 20 aziende

IL PROCESSO

La dinamica prevede l'analisi preventiva, la definizione del valore, la scelta dello strumento, l'articolazione del piano e la definizione delle azioni

Cristina Casadei

■ Aprire il cassetto del welfare significa trovare dentro una tale molteplicità di beni e servizi che tanto nelle imprese strutturate quanto soprattutto in quelle più piccole c'è una forte richiesta di modelli, orientamento, indicazioni operative concrete. Adesso che la coda della crisi sembra alle spalle, la contrattazione nazionale in quasi tutti i settori è archiviata e le imprese si stanno concentrando sul secondo livello, Confindustria Bergamo lancia le sue linee guida sul welfare aziendale. Nascono da un doppio canale di indagine, settoriale, con il coinvolgimento di 9 comparti, e aziendale, con il coinvolgimento di 20 imprese e sono una risposta che arriva dal territorio alle richieste delle imprese.

Il percorso proposto si articola in 5 fasi che comprendono un'analisi preventiva, la definizione del valore destinabile, la scelta dello strumento, l'articolazione del piano di welfare e poi per finire la definizione di azioni correlate. Al termine si arriva a una formula di welfare aziendale specifica e funzionale a stimolare la crescita aziendale. Il giuslavorista Michele Tiraboschi, ieri nel convegno organizzato da Confindustria Bergamo per presentare il progetto ha spiegato che «sul welfare aziendale, come spesso capita sui temi alla moda, si sta in superficie. C'è un grande dinamismo in chiave pro business però poi non dimentichiamo che il welfare non può essere ridotto ai buoni benzina. Si tratta di qualcosa di molto più ampio». L'iniziativa di Bergamo ha la peculiarità «di mettere al centro la rappresentanza. È aziendale ma non è una questione di una singola azienda, ma di un sistema e di un territorio do-

ve è stata fatta una grande operazione per ricomporre una serie di iniziative nate nelle aziende», spiega Tiraboschi. Senza trascurare che «il welfare privato è una grande occasione per ripensare lo scambio lavoro retribuzione in una fase storica in cui assistiamo alla crisi del welfare pubblico e in cui il mondo intero ripensa a come si organizza l'impresa», aggiunge il giuslavorista.

Così a Bergamo si è sviluppato un approccio nuovo al welfare. «Abbiamo cercato di trovare soluzioni ma non partendo da generiche valutazioni sul costo del lavoro, la fidelizzazione dei lavoratori o l'incremento della produttività - spiega Stefano Malandrini dell'area lavoro e welfare di Confindustria Bergamo - ma da specifiche esigenze aziendali di intervento su criticità organizzative o gestionali, in modo da circoscrivere e orientare il welfare. Questo significa individuare alcune problematiche come possono essere l'assenteismo anomalo, la scarsa partecipazione dei lavoratori alla formazione, i tempi di lavoro di alcuni reparti e poi ristrutturare l'offerta». Il piano proposto ha tra le sue peculiarità la flessibilità, tant'è che valorizza le clausole di reversibilità o le sperimentazioni, prevede che si proceda con accordo sindacale o con accordo e regolamento e punta a evitare le intese individuali. Lo spostamento sui temi del welfare avviene «adesso che si sta riducendo la tensione sui costi che era molto sentita durante la crisi e il rinnovo dei contratti. Noi prevediamo che da quest'anno ci sia un forte ricorso al welfare - osserva Malandrini - e abbiamo cercato di anticipare le domande delle imprese e di utilizzare al meglio gli strumenti». Un contributo arriva oltre che dagli operatori di settore, anche dal mondo bancario dove, tra le altre, si segnala la proposta di Ubi banca per il welfare territoriale (si veda il Sole 24 ore del 23 marzo).

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Sabato, 17 Giugno 2017

[News](#) [Sport](#) [Speciale elezioni](#) [Eventi](#) [Rubriche](#) [Media](#) [Necrologi](#) [Utilità](#)
[NECROLOGIWEB](#)
[LIVE YOU](#)
[Cronaca](#) [Politica](#) [Attualità](#) [Cultura](#) [Spettacolo](#) [LiveYou](#)
[LiveYou](#)
[Cerca](#)
[Social](#)
[Il Network](#)

I dettagli dell'iniziativa

commenti



tweet



google+



stampa



Una visita medica “sospesa” per chi ne ha bisogno, l'idea di una startup gravinese

Sulla scia dell'iniziativa “caffè sospeso”, i ragazzi pugliesi di ScegliereSalute lanciano una nuova campagna per offrire visite mediche specialistiche e prestazioni sanitarie gratuite a chi ne ha bisogno

ATTUALITÀ Gravina sabato 17 giugno 2017 di [Michele Laddaga](#)

ScegliereSalute, una startup gravinese del gruppo Health Italia, lancia una nuova ed interessante campagna di solidarietà.

In cosa consiste?

Si tratta di un progetto innovativo nato in collaborazione con la **Fondazione Basis**, ente no-profit impegnato nella divulgazione dei principi mutualistici e della solidarietà sociale, attraverso il quale sarà possibile garantire donazioni in denaro o acquistare direttamente prestazioni sanitarie in favore dei più bisognosi.

Un'idea divenuta realtà partendo da una semplice intuizione avanzata dai promotori della lodevole iniziativa: «*E se applicassimo il concetto del “caffè sospeso” in sanità? E se al posto del caffè si rendessero disponibili visite e prestazioni sanitarie per i più bisognosi?*».

È stata costituita così la Banca delle Visite che, grazie alle donazioni di aziende e privati cittadini, permetterà a questi ultimi e ad associazioni di volontariato, l'accesso gratuito a visite mediche specialistiche e prestazioni sanitarie.

Uno strumento fondamentale per chi una visita sanitaria non può proprio permettersela. Secondo il **Censis** infatti, nel 2016 ben 11 milioni di italiani non hanno potuto sostenere la spesa necessaria per la loro salute rinunciando così alle cure a causa delle difficoltà economiche.

Come funziona?

La Banca delle Visite è una piattaforma web in cui offerta e domanda si incontrano in modo trasparente e limpido. Collegandosi al portale www.scegliesalute.it/Donazioni, ciascuno potrà acquistare una visita medica/prestazione sanitaria presente in un elenco, oppure donare una somma di denaro libera che concorrerà, assieme alle altre donazioni in denaro, all'acquisto di visite o prestazioni sanitarie. Le prestazioni sanitarie acquistate o le somme di denaro raccolte vengono “custodite” nella Banca delle Visite. Un cittadino bisognoso, previa registrazione e accettazione delle clausole relative alla normativa sulla privacy, può richiedere una delle prestazioni disponibili in Banca. Infine la Banca contatta il professionista sanitario che eroga la prestazione senza oneri a carico del cittadino richiedente la prestazione medica.

Cosa fai nel fine settimana?

ATTUALITÀ oggi, sab 17 giugno

Ecco alcuni degli appuntamenti da segnare “in agenda” a Gravina e dintorni

[f](#) Condividi [t](#) Tweet

Fiera Sportivity: il calendario ufficiale degli eventi

ATTUALITÀ ven 16 giugno

La prima fiera interamente dedicata allo sport, al divertimento e al benessere. La kermesse si svilupperà su un'area di oltre 60 mila metri

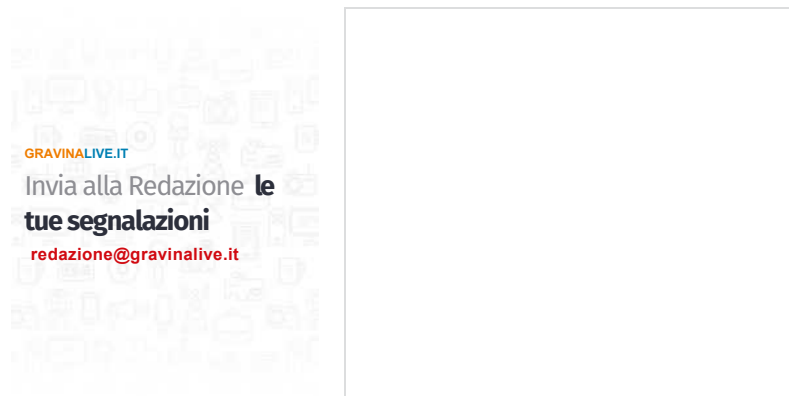
La **Banca delle Visite** svolgerà questa funzione di incontro tra donatori e beneficiari delle prestazioni in forma assolutamente gratuita, senza applicare al servizio alcuna commissione.

La finalità del progetto

In questi tempi turbolenti, a causa della crescente disparità tra i legittimi bisogni dei pazienti e le risorse disponibili, spesso scarse, l'impegno del team di **ScegliereSalute** ed Health Italia, fondato sul valore dell'accesso universale alle cure mediche, va nella direzione di garantire nuove forme di accesso ai servizi sanitari per offrire un'alternativa valida ai rigidi schemi del Sistema Sanitario Nazionale.

«Alla base del progetto c'è la volontà di aiutare chi non può permettersi una visita medica a pagamento, chi non può attendere i tempi del Servizio Sanitario Pubblico, chi ha bisogno di cure immediate», spiega **Giuseppe Lorusso**, cofondatore della startup **ScegliereSalute**, che ha lanciato nel 2015 un portale per raccogliere le recensioni su ospedali e strutture sanitarie pubbliche e private, sul modello *TripAdvisor*.

Il servizio della **Banca delle Visite** è disponibile anche sull'App **ScegliereSalute** scaricabile gratuitamente su Apple Store e Google Play.



f Condividi Tweet

Furti nelle campagne, in Puglia milioni di euro in fumo

CRONACA ven 16 giugno

Emergenza mai cessata, nel mirino macchine, attrezzature e prodotti. Piccoli agricoltori in ginocchio

f Condividi Tweet

Lascia il tuo commento



Aggiungi un commento...

Le notizie più lette



Mercato a Gravina, il malcontento degli ambulanti: «Richieste di pagamento esorbitanti per la Tosap»

ATTUALITÀ mer 31 maggio
Montaruli (Unibat): «Così si infierisce sulle imprese già in fortissima difficoltà. Chiediamo al sindaco la revisione delle cartelle previa verifica. Il Comune riveda le tariffe»

f Tweet



Dati ufficiali: le liste, il nuovo consiglio comunale e i voti di ciascun candidato

POLITICA mar 13 giugno
Valente si riconferma sindaco di Gravina vincendo al primo turno con il 52.94%. Tutti i voti lista per lista ottenuti da ciascun candidato consigliere

f Tweet



Alesio Valente vince le elezioni al primo turno

POLITICA lun 12 giugno
Non si andrà al ballottaggio. Valente si riconferma primo cittadino di Gravina in Puglia

f Tweet

Comunali, Pisticchio: «Per Iniziativa Democratica ottimi risultati in Terra di Bari»

«Iniziativa Democratica ha dimostrato di essere un movimento politico fortemente radicato e presente nei nostri territori, soprattutto nella

f Condividi Tweet

Le notizie più commentate



News



Smart Money



Ischool



The Food Makers



The Next Tech



Open Innovation



Cyber Security

estyle

Consulti dal medico in sospeso come il caffè: nasce Banca delle Visite. Video

11 milioni di italiani non hanno potuto sostenere le spese sanitarie nel 2016. Il progetto solidale di ScegliereSalute raccoglie fondi per offrire un servizio a chi ha bisogno

Stefania Leo

22 giugno 2017

“E se al posto del caffè si rendessero disponibili visite e prestazioni sanitarie per i più bisognosi?”. Da questo interrogativo ha preso il via il progetto Banca delle Visite, un'idea nata dalla startup pugliese ScegliereSalute. L'azienda parte di Health Italia ha messo in piedi un sistema di donazioni pubbliche e private per garantire l'accesso a visite specialistiche per persone bisognose.

Si è verificato un errore.

Prova a [guardare il video su www.youtube.com](#) oppure attiva JavaScript se è disabilitato nel browser.



Visite gratuite grazie alle donazioni

Nel 2016 secondo il Censis ben 11 milioni di italiani non hanno potuto sostenere la spesa necessaria per la loro salute ed hanno rinunciato alle cure a causa delle difficoltà economiche. L'obiettivo della Banca delle Visite è quello di raccogliere donazioni di privati e aziende che possano garantire ad altri cittadini in condizioni di bisogno e ad associazioni di volontariato, l'accesso gratuito a visite mediche specialistiche e prestazioni sanitarie.



LA NOSTRA IDEA

Migliorare la sanità, insieme possiamo

Il tuo contributo insieme a quello di migliaia di pazienti è il nostro contributo al miglioramento del Servizio Sanitario Nazionale. La nostra idea è la possibilità di migliorare il livello qualitativo dell'offerta sanitaria soltanto grazie al contributo attivo dei destinatari finali delle cure ovvero i pazienti.

Collegandosi alla sezione **Donazioni** del portale di ScegliereSalute, si potrà acquistare una visita medica o prestazione sanitaria tra quelle in elenco da

[Link al Sito Web](#)

donare a chi ne ha più bisogno. Oppure si potrà effettuare una donazione in denaro che andrà poi a confluire nell'acquisto di servizi medici necessari. Le prestazioni sanitarie acquistate o le somme di denaro raccolte verranno "custodite" nella [Banca delle Visite](#). Chi ha bisogno di queste prestazioni dovrà registrarsi al portale e accettare le clausole relative alla normativa sulla privacy. Dopo di che potrà richiedere una delle prestazioni disponibili in Banca. Infine, la Banca contatterà il professionista sanitario che eroga la prestazione senza oneri a carico del cittadino richiedente la prestazione medica. Nessuna commissione sarà applicata al servizio, a cui è possibile accedere anche tramite l'app di [ScegliereSalute](#), scaricabile gratuitamente su **Apple Store** e **Google Play**. [ScegliereSalute](#) si è imposto nel 2015 come una specie di **TripAdvisor** degli ospedali italiani. Oggi mette al servizio il suo know-how per un'idea dal profilo etico e sociale. "Alla base del progetto c'è la volontà di aiutare chi non può permettersi una visita medica a pagamento, chi non può attendere i tempi del Servizio Sanitario Pubblico, chi ha bisogno di cure immediate", spiega **Giuseppe Lorusso**, fondatore della startup pugliese, **assorbita alla fine del 2015 da Health Italia**.

PARLA DI: [google play](#) [Healthcare](#) [startup](#)[Articolo precedente](#)

StartupItalia!



Sognatori, imprenditori, innovatori. A Nana Bianca una pizza con StartupItalia! per costruire #SIOS17

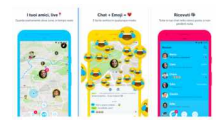
Lo startup studio di Firenze ha ospitato l'incontro pizza e birra tra startupper in vista del prossimo Open Summit. Idee, progetti e storie di nuove imprese, tutte insieme allo stesso tavolo

[Articolo successivo »](#)

Consulti dal medico in sospenso come il caffè: nasce [Banca delle Visite](#). Video



Il refuso del MIUR, l'ironia sulla Maturità



Snap acquisisce Zenly per le mappe di Snapchat



CHI
SIAMOPERCHÉ
WIKICSRCOME SI
USA

Dal caffè alla visita medica sospesa: l'iniziativa di ScegliereSalute



22 giugno 2017 - Nella tradizione sociale napoletana un'abitudine filantropica molto radicata è quella del *caffè sospeso*, tramite la quale gli avventori dei bar di Napoli donano la consumazione di un caffè a uno sconosciuto. Seguendo la stessa filosofia i ragazzi di ScegliereSalute, startup pugliese del gruppo **Healt Italia**, hanno lanciato la Banca delle Visite in

collaborazione con l'ente no-profit **Fondazione Basis**. Con l'aiuto delle donazioni di cittadini e aziende, la Banca delle Visite garantisce l'accesso gratuito alle visite mediche specialistiche e alle prestazioni sanitarie. In pratica l'acquisto di prestazioni sanitarie da parte di aziende e cittadini sarà erogato in favore di persone bisognose o associazioni di volontariato.

L'incontro tra domanda e offerta di prestazioni sanitarie avviene sulla piattaforma web di Banca delle Visite dove gli utenti possono acquistare una visita medica o una prestazione sanitaria presente in elenco. Ovviamente si può donare una somma di denaro che servirà per acquistare altre prestazioni mediche.

L'iniziativa è importante perché consente nuove forme di accesso ai servizi sanitari al di fuori delle logiche, spesso bizantine, del Sistema Sanitario Nazionale.

Condividi



Tags: *caffè sospeso, comunicazione sociale, CSR, economia sociale, Healt Italia, impresa sociale, salute, Scegliere Salute, sostenibilità, Start Up, terzo settore, volontariato*

Lascia un Commento

L'indirizzo email non verrà pubblicato.

Nome

Email



TEMI

PERSONE

GLOSSARIO

IMPRESE

ARTICOLI

LOGIN

Nome Utente

Password

Ricordami

LOGIN →

Registrati

Password

Persa

ISCRIVITI ALLA NOSTRA
NEWSLETTER SETTIMANALE

Email

ISCRIVITI

Powered by
Easy Automatic Newsletter Lite v2.7.2

PARTNERSHIP

