

Articoli Selezionati

		MBA			
25/06/17	Sicilia	57	Visite specialistiche ai bisognosi con un caffè	...	1
			SCENARIO		
24/06/17	Giorno - Carlino - Nazione	19	Welfare aziendale allo sportello Pacchetti di benefit tagliati su misura	...	2
24/06/17	Corriere della Sera	39	Portare il cane in ufficio? Ecco cosa può succedere	<i>D'Amico Paola</i>	3
26/06/17	Italia Oggi Sette	42	Benefit, pochi strumenti per valutare i risultati	<i>Giglio Anna_Linda</i>	5
27/06/17	Sole 24 Ore	33	La «Cassa portieri» scommette sul welfare	...	6
28/06/17	Giornale	37	Come conciliare al meglio tempo libero e lavoro	<i>Cusumano Matteo</i>	7
29/06/17	Stampa Origami	8	Welfare aziendale e servizi personalizzati	<i>Tinagli Irene</i>	9

VISITE SPECIALISTICHE AI BISOGNOSI CON UN CAFFÈ. «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. 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. Collegandosi alla sezione Donazioni del portale di ScegliereSalute, si potrà acquistare una visita medica o prestazione sanitaria tra quelle in elenco da donare a chi ne ha più bisogno. Chi ha bisogno di queste prestazioni dovrà registrarsi al portale e accettare le clausole relative alla normativa sulla privacy. Potrà richiedere una delle prestazioni disponibili in Banca che contatterà il professionista sanitario che eroga la prestazione senza oneri a carico del cittadino richiedente la prestazione medica.



LA NOVITÀ NON SOLO CREDITO MA ANCHE SERVIZI PER I DIPENDENTI

Welfare aziendale allo sportello Pacchetti di benefit tagliati su misura

■ BOLOGNA

IL 63% dei 98mila dipendenti di Unicredit in Italia beneficia del sistema di welfare aziendale. E visto che fra i dipendenti questi benefici funzionano, sono richiesti e hanno efficacia nel migliorare il clima aziendale, la banca guidata da Jean-Pierre Mustier vuole esportare la politica del welfare nelle imprese clienti. Il veicolo è un vero e proprio prodotto bancario, chiamato Benefit&Welfare, offerto ai dipendenti delle aziende.

«È UN PACCHETTO di servizi e prodotti definiti che offriamo alle aziende clienti per i loro dipendenti – spiega Gianni Franco Papa, direttore generale di Unicredit, che ieri a Bologna ha presentato in un convegno le opportunità del welfare aziendale –. Nel Benefit&Welfare rientra anche un pacchetto offerto da una società esterna, la Easy Welfare, con cui Unicredit ha sviluppato già il proprio welfare inter-

no. Non ci sostituiamo allo Stato, ovviamente, ma offriamo un welfare complementare».

Il 'Pacchetto welfare' è un panierino di prodotti confezionati su misura dell'azienda, a seconda delle esigenze dei dipendenti o del territorio in cui opera, diversi anche rispetto alle esigenze di

dono favorevole sia all'impresa, sia al dipendente, trasformare una parte dello stipendio o dei premi in servizi di cura: dal pagamento delle rette degli asili, ai libri per i figli, dall'iscrizione a scuola e università, alle cure mediche, integrando le assicurazioni, ed altri pacchetti di benefit.



Esperienza positiva

L'istituto guidato da Jean-Pierre Mustier esporta il sistema sperimentato in casa

genere. Il welfare aziendale è ormai esteso in moltissime realtà e sta conoscendo oggi uno sviluppo particolare grazie anche alla politica di sgravi fiscali che ren-

«IL BENEFICIO fiscale non è però l'unica molla che fa scattare l'interesse delle imprese – prosegue Papa –. Come abbiamo potuto verificare proponendo i nostri pacchetti nelle aziende, in realtà le imprese sanno che con il welfare fidelizzano il collaboratore e alla fine aumentano la redditività. In un contesto di Industria 4.0, fidelizzare la risorsa umana, considerata una ricchezza, è un fattore importantissimo». Soprattutto se si cercano figure professionali di pregio che nel valutare le offerte di lavoro pesano anche il pacchetto di welfare aziendale e l'immagine dell'azienda, che il clima interno contribuisce a formare.



Portare il **canine** in ufficio? Ecco cosa può succedere

Più autostima, meno depressione: l'effetto collaterale del pet in azienda. Gli esempi (ben riusciti) di Yamamay e Nintendo

di **Paola D'Amico**

Fido timbra il cartellino. O almeno ci prova. Prende piede «Take your dog to work week», la settimana che apre l'ingresso in ufficio al pet. In Italia poche aziende conoscono il programma ma, secondo un sondaggio di Purina, tra chi ne è informata, una su due è pronta ad attivarsi per lanciare progetti a tema. Chi l'ha sperimentata, è testimone di un alto gradimento. Il binomio cane-padrone sul luogo di lavoro «oltre a promuovere la conciliazione vita-lavoro» s'è dimostrato capace di attivare «la socializzazione e la motivazione dei dipendenti».

Tra i grandi sponsor del progetto «cani in ufficio» ci sono autorità come Allen McConnell, professore di psicologia alla Miami University in Ohio, il quale ha teorizzato che «i benefici di avere un animale sul luogo di lavoro sono la logica estensione» di studi che mostrano come i proprietari di animali siano «più felici, più sani, abbiano maggiore autostima e soffrano meno di depressione di chi, di animali, non ne ha». Qualcuno ha tentato di misurare la felicità di questa convivenza stretta.

Randolph Barker, della Virginia Commonwealth University, ha studiato i dipendenti di un'azienda nella Carolina del Nord e afferma che per la maggior parte di essi «i livelli di stress nel corso della giornata salivano anche del 70 per cento». Ma lo stress crollava sensibilmente quando in ufficio arrivava un pet. Tra chi, già tre anni fa, aderì con slancio alla giornata mondiale dei cani in ufficio — negli Usa fa centinaia di proseliti tra le aziende —, c'è stato Gianluigi Cimmino, ad di Yamamay e Carpisa, i due brand di intimo e borse con sede il primo a Gallarate, il secondo a Nola. A convincerlo, la moglie americana, Francesca, che dagli Usa aveva portato in Italia il suo puggle di nome Mia. All'iniziativa aderisce da sempre Mars che ha svolto ricerche sul campo. Nintendo è andata anche oltre, istituendo il venerdì come giorno in cui i dipendenti possono recarsi in ufficio con il pet. «Sono favorevole, ma come in tutto quello che riguarda la relazione cane-padrone ci sono i pro e i contro — commenta Emanuela Prato Previde, professore di Psicologia all'Università Statale e coordinatrice del Canis sapiens Lab —. Dal punto di vista del cane, per esempio, dipende dalla taglia, dalla razza,

delle sue caratteristiche di personalità e abitudini». Il cane preferisce stare con il suo partner umano piuttosto che da solo. «Ma un ambiente frenetico o angusto può essere stressante per lui». Perché possa realizzarsi la coesistenza di cani e umani in ufficio «sono necessarie alcune condizioni, l'educazione e corretta socialità dei cani, corretta percezione degli altrui bisogni da parte dei proprietari, un ambiente che soddisfi le esigenze fisiologiche ed etologiche dei cani», aggiunge Daniele Mazzini, esperto in comportamento dei cani. Servono regole. Per questo la piattaforma Pest@work consente ai dipendenti di Purina di prenotarsi: ognuno ha a disposizione 3 giorni a settimana. Occorre il patentino del Buon conduttore cinofilo, certificati di buona salute del cane, profilassi vaccinale e polizza assicurativa. Mai però scordare «la necessità del cane di riuscire a "bastare a se stesso"», conclude Mazzini. In sostanza, se un cane vivrà in simbiosi stretta con il padrone, «può accadere che, se costretto a restare solo al di là della nostra volontà, non sarà in grado di "sostenersi" e le sue manifestazioni comportamentali potranno essere anche gravi».

pdamico@corriere.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Dir. Resp.: Luciano Fontana

La vicenda

● Take your dog to work (www.takeyourdog.com) è l'iniziativa lanciata nel 1999 negli Usa dal Pet Sitter International, una delle più importanti associazioni di pet sitter professionisti

● Una ricerca di Mars Petcare ha testato gli effetti della giornata su 1200 dipendenti di aziende americane: 9 su 10 si sono documentati gli effetti positivi sull'umore, la riduzione dello stress, un maggior attaccamento all'azienda

● Nintendo ha introdotto il venerdì come giornata in cui si può andare al lavoro con il cane



RICERCA WELFARE COMPANY

Benefit, pochi strumenti per valutare i risultati

Migliorare il clima aziendale e ridurre la conflittualità sono i motivi principali per cui si sceglie di introdurre piani di welfare aziendale. Anche la riduzione del cuneo fiscale o l'attrazione di nuovi talenti rappresentano una spinta decisiva verso il benefit. Ma è difficile quantificare se i risultati vengono davvero raggiunti. È quanto emerge dalla ricerca «Welfare Aziendale in Italia. Edizione 2017», commissionata da Welfare Company e condotta dal Luca Pesenti, docente di Sistemi di Welfare Comparati dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, su un campione di HR manager di Aidp, Associazione italiana direzione personale. Fatta salva la conferma del miglioramento di clima (confermato dal 70% circa degli intervistati), sugli altri obiettivi non sono stati forniti dati certi, soprattutto per mancanza di elementi fissi di valutazione dei risultati. In ogni caso, chi fa welfare aziendale lo fa soprattutto in house, anche se cresce la presenza di provider di servizi nella gestione dei Piani: dal 18% dello scorso anno al 25,5% di oggi. Cresce anche l'utilizzo di servizi predisposti dalle Associazioni imprenditoriali: lo dichiara il 7% delle imprese, rispetto al 3% dello scorso anno. Il provider viene scelto innanzitutto sulla base della capillarità della rete di servizi disponibili e per la semplicità di utilizzo dell'interfaccia; meno rilievo viene dato invece ai costi e alle tempistiche di erogazione dei servizi. Circa il 67% delle imprese intervistate prevede al proprio interno almeno un benefit di welfare, e in sei aziende su dieci si fa welfare da oltre tre anni. In ogni caso il 18,4% del campione ha introdotto welfare negli ultimi dodici mesi, e nella quasi totalità di questi casi le agevolazioni fiscali previste dalla nuova normativa sono

risultate importanti, ma non il movente decisivo.

In media ogni azienda ha attivato circa 5 benefit, relativi in media a due aree di welfare. I benefit più diffusi sono quelli dell'area del sostegno alla spesa quotidiana (convenzioni, mensa, benefit materiali). I benefit per il pasto (mense aziendali, buono pasto ecc) rappresentano in assoluto i più diffusi (60%), seguono gli interventi per la flessibilità degli orari (46%), Polizza sanitaria 41,4%, Convenzioni per il consumo 38,2%, Assistenza sanitaria 36,8%, Benefit per lo studio dei figli 30%.

Quanto invece alle caratteristiche aziendali di chi utilizza piani di welfare, a fare la differenza sono: Il settore produttivo (nel manifatturiero si fa più che altrove); le dimensioni aziendali (al crescere del numero dei dipendenti e del fatturato cresce la propensione al welfare); l'area geografica (nel Nordest c'è maggior propensione rispetto alle altre aree); la composizione di genere: paradossalmente c'è più welfare dove ci sono meno donne; il tasso di sindacalizzazione: dove il sindacato pesa di più c'è anche più welfare. Si tratta di un dato che smentisce quanto invece si era osservato negli anni passati: è un segnale di una crescente propensione collaborativa delle organizzazioni sindacali, confermato dal fatto che solo nel 18% dei casi si parla di un sindacato oppositivo o disinteressato. Però nel 41,6% delle aziende si lamenta una preparazione non adeguata da parte dei sindacati su questi temi. Per quanto riguarda la modalità di introduzione del Piano di welfare, il campione si divide in due tra chi lo ha fatto con modalità unilaterali (48,3%) e chi invece ha siglato un contratto aziendale (49,7%). Ancora poco diffuso l'utilizzo della contrattazione territoriale (2%).

Anna Linda Giglio



Indennità e fondi. Con una mini-struttura

La «Cassa portieri» scommette sul welfare

I numeri della Cassa

33mila

Gli iscritti

Alla Cassa portieri, che eroga prestazioni assistenziali come indennità di malattia e invalidità (ma anche sanitarie) e nasce dall'ente bilaterale Ebinprof, risultano iscritti 28mila portieri e 5mila «pulitori»

600mila euro

Le prestazioni

Nel 2016 sono stati erogati 600mila euro, cui si aggiungono 260mila euro per borse di studio ai figli dei portieri neodiplomati, studenti universitari e neolaureati che si sono distinti nel loro curriculum scolastico

■ Funziona bene la Cassa «fai da te» dei portieri: a fronte della mancata copertura Inps di una serie di indennità, datori di lavoro (Confedilizia) e sindacati (Fiscams-Cgil, Fisascat-Cisl e Uil-Tucs) hanno dato vita a un ente paritetico che copre le esigenze di 33mila tra «portieri» e «pulitori» degli stabili, condominiali e non. Circa il 50% del bacino potenziale (molti sono inquadrati nel Ccnl dei «vigilanti senza armi»). Come spiega il presidente, Giovanni de Lutio di Castelguidone al convegno organizzato a Roma il 22 giugno scorso da **Ebinprof** (l'ente bilaterale cui fa capo la Cassa) «da un anno esiste un fondo speciale per l'assistenza sanitaria e il fondo sanitario per i familiari, così da estendere a tutto in nucleo l'assistenza». Un risultato confermato da Davide Guarini, presidente del **Fondo Coasco**, che raccoglie i contributi in busta paga. Come illustra Mauro Munari (vice presidente della Cassa), sono coperti anche gli infortuni extra lavoro: «Nel 2016 sono state erogate le prime prestazioni di assistenza, il fondo malattia e il sanitario sono alimentati da prelievi contrattuali (2,90% fondo malattia e 6 euro/mese fondo sanitario)».

Giorgio Spaziani Testa (presidente di Confedilizia) parla di «un esempio virtuoso, di cui è testimonianza il dato dei **600mila euro annui** di prestazioni. Un esempio di welfare privato che dovrebbe essere preso a riferimento. Ma c'è uno sforzo dei proprietari: dovrebbe esserci anche quello dello Stato». Il tutto, va detto, con soli 12 dipendenti tra Ebinprof, Cassa e Coasco.

Giovanni Di Tuccio, premiato come «portiere dell'anno» 2017 ha ricordato che «I palazzi dove ci sono i portieri hanno un biglietto da visita migliore, quindi anche il valore dell'immobile è legato alla presenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



DAY GRUPPO UP

Come conciliare al meglio tempo libero e lavoro

Il compenso per una prestazione lavorativa non è solo lo stipendio, ma anche servizi di welfare

ATTENZIONE ALLA PERSONA

I risultati si toccano con mano, con benefici di produttività e competitività sul mercato

Matteo Cusumano

■ Tra i fornitori di servizi di *welfare* aziendale per dipendenti, Day gruppo Up è uno dei più noti, già conosciuto per il buono pasto che da trent'anni è il fiore all'occhiello dell'impresa bolognese. Day si distingue per l'impegno ad applicare prima di tutto nei confronti dei dipendenti un approccio di *welfare* aziendale che ha due importanti effetti positivi: un maggiore benessere dei propri collaboratori attraverso la fruizione di *benefit* che favoriscono l'equilibrio tra vita lavorativa e personale (*work-life balance*), l'aumento della produttività dato dallo spirito di appartenenza e quindi anche la qualità del rapporto con i clienti.

Il corrispettivo della prestazione lavorativa non è solo lo stipendio, ma una serie di servizi di *welfare* che contribuiscono ad alleviare il peso della quotidianità al dipendente e a formare una comunità di appartenenza aziendale. È dalle esperienze vissute internamente che sono stati sviluppati i nuovi prodotti e servizi da proporre alle aziende.

Da questi esempi è chiaro come l'obiettivo primario della filosofia Day

non sia tanto, o solo, il raggiungimento di obiettivi economici e fiscali, ma prima di tutto la dimostrazione di una reale attenzione alla persona. Ecco, quindi, come il *life-work balance* sia stato scelto come ratio del *welfare* aziendale dopo la spinta data dalla nuova normativa. «Con la Legge di Bilancio del 2016, il *welfare* in azienda ha ricevuto una forte spinta e Day ha colto l'occasione per diversificare i propri servizi, accompagnando le imprese nella costruzione di piani di *welfare* a favore di dipendenti e loro famiglie - spiega Mariacristina Bertolini, direttore generale di Day gruppo Up - il frutto del nostro lavoro è l'innovativa piattaforma *Day Welfare*, che garantisce sicurezza all'azienda e un'offerta su misura per il singolo lavoratore».

Nella visione di Day è possibile individuare una forma di *welfare* aziendale che sia allo stesso tempo conveniente per l'azienda - in virtù della detassazione dei servizi erogati - e in grado di rispondere al meglio alle esigenze dei dipendenti. I servizi *welfare* implementati riguardano la famiglia, come l'assistenza sanitaria (rimborso spese mediche) o il sostegno familiare (rimborso mensa asili, assistenza anziani). Ma *welfare* è anche cultura, sport e intrattenimento e tempo libero offrendo pacchetti di esperienze su misura per tutti i target dei lavoratori.

Due sono i servizi di *welfare* offerti

da Day. Il portale digitale *Day Welfare*, recentemente premiato a Smau per l'innovazione e finalista al *Digital 360 Award*, è uno strumento *online* personalizzato per gestire in modo semplice e piacevole i piani di *welfare*. Si presenta attraverso un'interfaccia intuitiva e con un'ampia scelta di servizi adatti a tutti gli stili di vita. Con *Day Welfare* il lavoratore sceglie se investire il credito messo a disposizione dall'azienda in uno dei pacchetti di servizi presenti o chiedendo il rimborso delle spese sostenute.

I pacchetti di servizi predefiniti vanno dal cinema alla palestra, dai viaggi ai biglietti per i musei e i concerti. E tramite una capillare rete commerciale su tutto territorio italiano, Day può offrire convenzioni con tante realtà locali, in base alle richieste del cliente. Uno degli aspetti positivi del *welfare*, infatti, è la creazione di una rete sinergica sul territorio tra attività commerciali e imprese.

Il secondo servizio offerto è il *voucher shopping Cadhoc*, buoni acquisto in formato cartaceo e digitale che possono essere spesi nei negozi dei brand più noti e negli *e-commerce* più cliccati del web. Una soluzione smart ideale per piccoli importi, come quello riconosciuto dal nuovo CCNL dei metalmeccanici. I *voucher shopping* possono essere utilizzati in tanti modi diversi: dall'elettronica all'abbigliamento, dal carburante alla spesa al supermercato.





EFFETTI

Sopra,
Mariacristina
Bertolini,
direttore
generale di
Day gruppo
Up. Il welfare
aziendale
offre sicuri
effetti positivi



Norme più agili sul lavoro

Welfare aziendale e servizi personalizzati

Irene Tinagli

Economista e parlamentare del Partito Democratico. Il suo ultimo libro è Un futuro a colori (Rizzoli, 2014). Ha insegnato all'università Carlos III di Madrid

Ogni età ha le sue gioie e i suoi dolori, le sue opportunità e i suoi problemi, a volte leggeri e superabili, altre volte, invece, pesanti come macigni. Si parla spesso del dramma dei ventenni e dei trentenni, che devono fronteggiare tassi di disoccupazione molto alti e una difficoltà crescente a trovare un percorso professionale gratificante all'interno di un mercato del lavoro sempre più complesso e imprevedibile. Si parla dei sessantenni che vedono scemmare le possibilità di prepensionamenti e allontanarsi l'età della pensione. Si parla dei settantenni ancora in gamba ma che fanno fatica mantenere uno stile di vita dinamico con pensioni sempre più magre e se ne vanno all'estero. Ma non si parla quasi mai dei quarantacinquantenni. Forse perché sono quelli che, sulla carta, presentano meno problematiche: non solo hanno elevati tassi di occupazione ma anche i redditi più alti rispetto ad altre fasce d'età. Si tratta d'altronde dell'età in cui si è spesso all'apice della carriera, con ruoli di crescente responsabilità e salari migliori. Si tratta però anche dell'età in cui ci si trova spesso in situazioni familiari delicate e complesse, schiacciati tra le esigenze di figli non ancora autonomi ed indipendenti (anzi, sempre più piccoli e "bisognosi" di cure e attenzioni visto l'aumento costante dell'età in cui si ha il primo figlio), e genitori anziani che non solo non riescono più ad essere di aiuto in famiglia, ma che hanno bisogno essi stessi di cura e di attenzioni. Questo schiacciamento tra esigenze di genitori e figli è quello che ha dato il nome alla cosiddetta "generazione sandwich". È comprensibile che, di fronte a schiere di giovani disoccupati incapaci di progettare un futuro o di anziani che non riescono ad arrivare a fine mese, sia l'attenzione dei media che, spesso, anche del legislatore tenda a concentrarsi soprattutto su queste due categorie tralasciando la fascia di mezzo. Ma il fenomeno non va sottovalutato, per vari motivi. Un primo motivo è strettamente economico: per quanto i quarantenni e cinquantenni siano quelli con i redditi più alti è anche vero che prendersi cura di

figli e genitori contemporaneamente comporta costi aggiuntivi non indifferenti che possono far scivolare molte famiglie nel rischio povertà, rendendo poi necessari interventi pubblici di sostegno e assistenza (non è un caso se lo strumento di lotta alla povertà appena varato dal Governo si pone come priorità quella di assistere i nuclei familiari con figli minori, proprio perché ci si è accorti del pericoloso trend di aumento della povertà tra famiglie con bambini). E questo fenomeno è solo destinato ad aumentare, perché, visti i trend demografici, i cinquantenni di domani avranno figli più piccoli e genitori più vecchi, quindi entrambi con esigenze più pressanti. Un secondo motivo è che anche laddove non intervengano problemi di natura immediatamente economica intervengono problemi di altra natura, non meno preoccupante: aumento di stress, ansia, depressione, stili di vita poco sani, malattie cardiovascolari e altri disturbi correlati. Già da alcuni anni le ricerche ci dicono che i lavoratori quarantenni-cinquantenni, soprattutto le donne, sono di gran lunga quelli che mostrano i livelli di stress più elevati, legati proprio alla difficoltà di gestire responsabilità crescenti sia sul fronte professionale (con ritmi di lavoro altissimi) che quello privato. Con quello che tutto ciò comporta in termini di ripercussioni sulla salute, la stabilità familiare e altre problematiche.

Insomma, si tratta di un fenomeno da non sottovalutare, che richiede l'attenzione delle istituzioni per creare ambienti di lavoro e di vita più flessibili, servizi più personalizzati, un welfare strutturato in modo diverso, con un coinvolgimento maggiore anche di imprese e del terzo settore. In realtà alcuni dei provvedimenti varati negli ultimi anni hanno già messo i primi mattoni di un nuovo sistema: per esempio la normativa sul lavoro agile, gli sgravi per incentivare il welfare aziendale, la riforma del terzo settore, la ridefinizione dei livelli essenziali di assistenza, sono tutti strumenti che vanno in questa direzione. Adesso però occorrerà un grande sforzo da parte di tutti - imprese, associazioni, sindacati, enti locali - per far sì che le norme nate sulla carta prendano vita e diventino una realtà che migliora davvero la qualità della vita dei cittadini.

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

