

ASSITECA

Broker internazionale dal 1982

Rassegna Stampa

Parametri di Ricerca impostati:

Testo Cercato : premio assiteca



Rassegna Stampa realizzata da SIFA
Servizi Integrati Finalizzati alle Aziende
20129 Milano – Via Mameli, 11
Tel. 02/43990431 – Fax 02/45409587
help@sifasrl.com

Brevi

IL RICONOSCIMENTO LA VERONESE BERTOLASO FINALISTA DEL PREMIO ASSITECA 2015

Il Gruppo Bertolaso (imbottigliamento) è finalista veronese del Premio Assiteca 2015 «La gestione del rischio nelle imprese italiane» dedicato quest'anno al Welfare in azienda (cerimonia di premiazione oggi a Milano). Riconoscimento unico in Italia promosso da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano quotato sul mercato Aim Italia di Borsa Italiana. Interventi del professor Devecchi sui modelli di Welfare adottati dalle imprese italiane e del professor Tiziano Treu sulle prospettive di sviluppo del Welfare in Italia.



LA SOCIETÀ DEL GRUPPO VIZIANO
«Progetti e Costruzioni» premiata per il welfare aziendale


IMPRENDITORE
 Davide Viziano
 guida il gruppo
 cui fa capo
 la società
 «Progetti e
 Costruzioni»

La società «Progetti e Costruzioni» del Gruppo Viziano è la finalista genovese del Premio Assiteca 2015 «La gestione del rischio nelle imprese italiane», dedicato quest'anno al Welfare in azienda, e la cui cerimonia di premiazione si terrà oggi a Milano. Riconoscimento unico in Italia promosso da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano quotato sul mercato Aim Italia di Borsa Italiana, il premio ha riscosso anche quest'anno notevole interesse coinvolgendo nel progetto di ricerca a cura di Asam - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ben 231 imprese. L'evento sarà l'occasione per dibattere di un tema particolarmente caldo anche nell'agenda di Governo: «Proprio in questi giorni - sottolinea Alessia Maggiani, Direttore Divisione Employee Benefits

di Assiteca - il Senato ha proposto una serie di emendamenti alla legge di Stabilità per azzerare il peso del fisco su tutte le prestazioni sociali erogate dai datori di lavoro in favore dei dipendenti e delle loro famiglie ed estendere le tipologie di servizi 'agevolati'. Chiaro obiettivo del governo incentivare la contrattazione aziendale, dando la possibilità di erogare una serie di servizi di utilità sociale, in alcuni casi integrando, in altri decongestionando e in altri ancora colmando l'assenza dell'offerta pubblica».

Dopo l'apertura dei lavori a cura di Assiteca, il professor Devecchi, presidente di Asam, illustrerà i principali risultati dell'indagine evidenziando le pratiche e i modelli di Welfare adottati dalle imprese italiane. Seguirà l'intervento del Professor Tiziano Treu sulle prospettive di sviluppo del Welfare in Italia.



IN BREVE**INFORMATICA****Premio Assiteca 2015
La Piteco è finalista**

BOLZANO Piteco, leader in Italia nella progettazione e implementazione di soluzioni gestionali in area tesoreria e pianificazione finanziaria, presieduta dal bolzanino Marco Podini, è stata selezionata tra le tre finaliste del Premio Assiteca 2015 «Welfare champions: pratiche e modelli vincenti nella categoria piccole medie imprese».





Premio Assiteca 2015
VI Edizione
WELFARE IN AZIENDA: PRATICHE E MODELLI VINCENTI

WELFARE CHAMPIONS

Le aziende vincitrici



www.premioassiteca.it

ASSTECA

GRUPPO 24 ORE


L'IMPRESA



Premio Assiteca Menzione d'onore per il gruppo Feralpi di Lonato

Feralpi, nell'ambito del Premio Assiteca «La Gestione del rischio nelle imprese italiane», ha ottenuto martedì sera una menzione d'onore. Soddisfazione è stata espressa dal presidente Giuseppe Pasini, soprattutto perché il premio riguarda i progetti per il welfare aziendale.



 L'AZIENDA DI MARANO

Gruppo Cms vince il Premio **Assiteca**



■ ■ Il Gruppo Cms di Marano è stato premiato a Milano come vincitore del Premio **Assiteca** per "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato al welfare in azienda. Coinvolte 231 imprese. Nella foto: la premiazione di Paola Nanni di Cms.



Premio per welfare aziendale Coop Adriatica e Gima al top

Le bolognesi Coop Adriatica e Gima sono le vincitrici del Premio **Assiteca** sulla gestione del rischio nelle imprese italiane, quest'anno dedicato al welfare in azienda

I NOSTRI SOLDI
IN ORE PER I CONSUMATORI

Bankitalia striglia le cooperative
«Più garanzie a chi vi dà i risparmi»
Il prelievo sulle reti misero di Palazzo Reale è da 15 miliardi

LA SPINA
LA SPINA A RISCHIO DEL N.C.E. POLI È IN ORE PER I CONSUMATORI

«Si ai controlli, la trasparenza va bene a tutto»




{ In breve }

Welfare in azienda, premio Assiteca alla barese Masmec

L'azienda Masmec spa di Modugno specializzata in tecnologie di precisione, robotica e meccatronica, applicate ai settori dell'automotive e del biomedicale, e' l'unica azienda del sud Italia vincitrice della sesta edizione del premio **Assiteca** 'La gestione del rischio nelle imprese italiane' dedicato quest'anno al welfare in azienda e la cui cerimonia di premiazione si e' tenuta a Milano. Il premio, promosso dal broker assicurativo italiano **Assiteca**, ha coinvolto nel progetto di ricerca 231 imprese. Masmec e' stata premiata per il progetto 'Il valore che crea valore', nato con il supporto della facolta' di Psicologia dell'Universita' degli studi di Bari e in grado di offrire ai dipendenti un ambiente in cui crescere ed essere valorizzati. L'azienda da oltre 30 anni progetta e realizza macchine automatiche personalizzate di assemblaggio e test per note multinazionali della componentistica auto; ha poi esteso le proprie competenze al settore biomedicale, per il quale sviluppa dispositivi d'avanguardia.



IL RICONOSCIMENTO. Il gruppo spicca nella categoria «Community»

Welfare aziendale, Feralpi sul podio di Assiteca 2015

MILANO

Il gruppo Feralpi di Lonato del Garda, nell'ambito della sesta edizione del Premio Assiteca «La Gestione del rischio nelle imprese italiane» - promosso dall'omonimo broker assicurativo italiano per segnalare le best practice in Italia sul tema del welfare aziendale - è risultato tra le tre finaliste nella speciale categoria «Community». La menzione - spiega una nota -

è stata decisa attraverso il voto delle 231 società partecipanti all'iniziativa.

«Come sempre, quando si ricevono dei premi, c'è soddisfazione per il risultato ottenuto. A maggior ragione per quanto riguarda i progetti che il gruppo Feralpi sta portando avanti per il welfare aziendale», ha commentato Giuseppe Pasini, leader di Feralpi Group. «Inoltre - ha aggiunto Pasini -, il fatto che a decretarlo siano stati gli stessi imprenditori, e non una

giuria di terzi, è un particolare che ci inorgogliesce ancora di più e ci sprona a proseguire in questa direzione. Mi auguro che questa menzione positiva e di qualità possa - sebbene in minima parte - contribuire al rilancio reputazionale del settore siderurgico che, oltre a rimanere uno dei motori dell'economia italiana, certamente non manca di porre attenzioni verso il benessere dei propri dipendenti e del loro futuro». •

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Giuseppe Pasini, leader Feralpi



RICONOSCIMENTO ALLA GESTIONE DELLE RISORSE

Welfare aziendale: premio a Milano per la barese Masmec



■ La premiazione della Masmec di Bari nella categoria PMI familiari del Premio Assiteca 2015 per il welfare aziendale

“Ecco come gestire le risorse in modo semplice col pensiero del contadino e creare le condizioni favorevoli per la crescita”. La Masmec di Bari è stata premiata a Milano per il welfare aziendale: l'impresa che produce sistemi di automazione industriale per i settori automotive e biomedicale si è aggiudicata il premio nazionale Assiteca 2015 nella categoria PMI familiari.

Il premio Assiteca 2015, promosso in partnership con “L'Impresa - Gruppo 24 Ore”, ha selezionato quest'anno le attività imprenditoriali che si sono distinte in tutta Italia per le pratiche e i servizi rivolti al benessere dei dipendenti.

Il premio si è basato su una indagine a cura di Asam - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, che è servita ad identificare i Welfare Champions: quelle imprese italiane che hanno

sviluppato progetti “vincenti” e che hanno saputo valorizzare al meglio un asset fondamentale nella gestione di ogni realtà, il cosiddetto “capitale umano”. Una équipe di esperti dell'Università Cattolica di Milano ha analizzato e valutato i documenti e le pratiche inerenti i modelli di Welfare Aziendale pervenute dalle Aziende partecipanti ed ha selezionato le migliori.

L'azienda barese si è imposta nella sua categoria con la seguente motivazione: “Masmec fa proprio il pensiero del contadino che gestisce le sue risorse in modo semplice per creare le condizioni favorevoli per la crescita. Su questo concetto si fonda il progetto “Il valore che crea valore”, nato con il supporto della facoltà di Psicologia dell'Università degli studi di Bari e in grado di offrire ai dipendenti un ambiente in cui crescere ed essere valorizzati”.

Premio Assiteca 2015: ecco i “welfare champions” italiani

SONO ACTIONAID, COOP Adriatica, GIMA, Gruppo CMS, MASMEC, NEOMOBILE, TELECOM ITALIA, ZETASERVICE

Venerdì, 4 Dicembre, 2015 - 07:11

Autore: Araldo

Sono 8 le aziende premiate da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano, quotato all'AIM di Milano, per l'edizione 2015 (la sesta) del Premio Assiteca “La gestione del rischio nelle imprese italiane” dedicato, quest’anno, al Welfare in azienda.



Si tratta di ZETASERVICE (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest;

ACTIONAID (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria PMI del Nord-Ovest; COOP Adriatica (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; GIMA (assemblaggio e confezionamento) per le PMI del Nord-Est; TELECOM ITALIA (Media e Tlc) per il Centro; Gruppo CMS (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) e MASMEC (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI; NEOMOBILE (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio).

In occasione del Premio, ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano ha condotto una survey approfondita sul tema del Welfare in azienda, intervistando le 231 imprese che hanno concorso.

Per la prima volta la ricerca ha anche affrontato aspetti inediti come le percezioni sul welfare, l'utilizzo di tecnologie dedicate, i percorsi realizzativi effettuati e soprattutto gli obiettivi futuri dichiarati. Quello che emerge è tuttavia l'utilizzo ancora assai modesto di piattaforme tecnologiche, una situazione budgetaria molto precaria, metriche inesistenti, un'ampia gamma di soluzioni organizzative in termini di funzioni e di organici scarni, motivazioni e beneficiari assai differenti, pochi programmi dichiarati e formalmente esistenti, sistemi di comunicazione interna da sviluppare.

Il campione

Sono state considerate 231 aziende di cui il 68% PMI e il 32% GI. Il 43% del campione è rappresentato da aziende familiari (PMI 32% + GI 11%), il 57% delle non family è formato dal 36% PMI e 21% GI.

La distribuzione geografica del campione vede una prevalenza di imprese sia del Nord-Ovest che del Nord-Est per un totale pari al 75%. La partecipazione dell'area Centro e Sud-Isole ha contribuito con una percentuale del 25%.

I risultati generali della ricerca e il modello di gestione del welfare in azienda

La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% come “ostile” (così così, pessima) e per il restante 52% “amichevole” (discreta, buona e propositiva).

Le principali motivazioni che hanno spinto le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale sono “aumentare il benessere organizzativo” (per il 23% del campione), “migliorare la relazione tra azienda e

dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%.

I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grandissima maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Carenti purtroppo sia l'esistenza di un "documento di impegno" sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti), sia un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione).

Fra gli "oggetti" rilevanti del welfare, e dunque fra le aree agevolate, il 73% del consenso degli intervistati va nei confronti di un "pacchetto" composto da sanità, food, famiglia e assicurativo-bancario. In termini analitici rappresentano le agevolazioni più rilevanti:

- sanità: infermeria, dentista, assicurazione sanitaria, assistenza sociale, consultori, convenzionati, estensione alla famiglia;
- food: servizi mensa, bar, distributori bevande e snack, ticket;
- famiglia: nursery, asili nido, badanti, borse di studio (scuola, università) e rimborso testi scolastici per i figli, permesso di maternità/paternità retribuito, flessibilità dei tempi a sostegno della gestione familiare, congedi parentali, agevolazioni per figli e parenti disabili;
- assicurativo/bancario: rimborso su mutui e prestiti, convenzioni con banche e assicurazioni, coperture vita, infortuni, invalidità, long term care.

Ancillari (tra il 5% e il 7%) risultano gli altri quattro oggetti: wellness, assistenza amministrativa, mobilità, tempo libero.

EVENTI

Premio Assiteca, ecco gli otto campioni del welfare aziendale

Zetaservice, Actionaid, Coop Adriatica, Gima, Telecom Italia, il gruppo Cms, Masmec e Neomobile, le aziende premiate in occasione della sesta edizione organizzata dal principale broker italiano

Sono Zetaservice, Actionaid, Coop Adriatica, Gima, Telecom Italia, il gruppo Cms, Masmec e Neomobile le otto aziende premiate da **Assiteca** in occasione della sesta edizione del premio che porta il nome del principale broker italiano.

Quest'anno, le aziende premiate da **Assiteca** si sono misurate sul tema del welfare aziendale. Il premio, giunto alla sesta edizione, ha lo scopo di individuare le *best practice* messe in campo dalle aziende che adottano innovative prassi di gestione del rischio.



Le imprese italiane coinvolte sono state oltre 230 e, da una ricerca di **Asam**, l'associazione per gli studi aziendali e manageriali dell'Università Cattolica di Milano, è risultato che nel campo del welfare aziendale le agevolazioni che riscuotono più successo e consenso tra i dipendenti e amministratori sono quelle legate ai servizi sanitari, dall'assistenza infermieristica alle visite dentistiche; al *food*, quindi mense, bar aziendali, *ticket*; ai servizi alla famiglia (molto apprezzati gli asili nido, le borse di studio, badanti, congedi parentali); e, infine, a quelli assicurativi e bancari, come rimborsi, convenzioni, coperture.

I benefit per migliorare la relazione

Tornando alle aziende premiate, Zetaservice, che si occupa di gestione paghe e contributi, ha vinto per la categoria *Grandi imprese del nord-ovest*: Actionaid, onlus dedicata alla lotta alla povertà e

alla promozione dei diritti, ha vinto per la categoria *Pmi del nord-ovest*. Tra le *Grandi imprese del nord-est*, ha vinto Coop Adriatica, mentre Gima, azienda di assemblaggio e confezionamento, ha premeggiato nel settore *Pmi del nord-est*. Telecom Italia ha vinto come azienda del centro; mentre tra le aziende *familiari, grandi e piccole*, hanno vinto il gruppo Cms, costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi, e Masmec, tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale. Infine Neomobile, attiva nel *mobile commerce*, si è distinta nella categoria *Community*, ovvero aziende segnalate sul sito dedicato al premio.

Nonostante i buoni risultati di singole aziende, “quello che emerge – si legge nella ricerca di Asam – è tuttavia l'utilizzo ancora assai modesto di piattaforme tecnologiche” e in generale un'estrema eterogeneità a livello di prestazioni: pochi sono i programmi dichiarati e formalmente esistenti, mentre i sistemi di comunicazione interna sono ancora da sviluppare.

Le principali motivazioni che spingono le aziende ad attuare politiche di welfare sono per il 23% del campione “aumentare il benessere organizzativo”, per il 17% “migliorare la relazione tra azienda e dipendenti” e “fidelizzare i dipendenti” per il 14%. “Sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale” rappresentano risposte residuali tra il 3% e il 7%.

Tra i benefit assicurativi/bancari molto apprezzati ci sono il rimborso di mutui e prestiti, le polizze vita, infortuni, invalidità e *long term care*.

Infine, tra i benefit definiti *ancillari* sono stati elencati quelli inerenti al wellness, assistenza amministrativa, mobilità e tempo libero.

Premio **Assiteca** 2015: ecco i “welfare champions” italiani

L'indagine sul **Welfare aziendale**, a cura di ASAM – Assiteca e propedeutica all'assegnazione del Premio, ha coinvolto oltre 230 aziende e rivela che le agevolazioni che riscuotono il più largo consenso sono i servizi sanitari (da quelli infermieristici al dentista), il food (mense, bar aziendali, ticket), i servizi alla famiglia (asili nido, borse di studio, badanti, congedi parentali) e quelli assicurativi e bancari (rimborsi, convenzioni, coperture assicurative).



Sono 8 le aziende premiate da **Assiteca** per l'edizione 2015 (la sesta) del Premio **Assiteca** “La gestione del rischio nelle imprese italiane” dedicato, quest'anno, al **Welfare in azienda**.

Si tratta di **ZETASERVICE** (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest; **ACTIONAID** (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria PMI del Nord-Ovest; **COOP Adriatica** (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; **GMA** (assemblaggio e confezionamento) per le PMI del Nord-Est; **TELECOM ITALIA** (Media Tlc) per il Centro; **Gruppo CMS** (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) e **MASMEC** (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI; **NEOMOBILE** (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio).

In occasione del Premio, **ASAM** - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano ha condotto una **survey approfondita sul tema del Welfare in azienda**, intervistando le 231 imprese che hanno concorso.

Per la prima volta la ricerca ha anche affrontato aspetti inediti come le percezioni sul welfare, l'utilizzo di tecnologie dedicate, i percorsi realizzativi effettuati e soprattutto gli obiettivi futuri dichiarati. Quello che emerge è tuttavia l'utilizzo ancora assai modesto di piattaforme tecnologiche, una situazione budgetaria molto precaria, metriche inesistenti, un'ampia gamma di soluzioni organizzative in termini di funzioni e di organici scarni, motivazioni e beneficiari assai differenti, pochi programmi dichiarati e formalmente esistenti, sistemi di comunicazione interna da sviluppare.

I risultati generali della ricerca e il modello di gestione del welfare in azienda

La **situazione italiana** delle aziende in tema di welfare aziendale è **percepita** per il 48% come “ostile” (così così, pessima) e per il restante 52% “amichevole” (discreta, buona e propositiva).

Le principali **motivazioni** che hanno spinto le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale sono “aumentare il benessere organizzativo” (per il 23% del campione), “migliorare la relazione

azienda e dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%.

I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grandissima maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Carenti purtroppo sia l'esistenza di un "documento di impegno" sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti), sia un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione).

Fra gli "**oggetti**" rilevanti del welfare, e dunque fra le aree agevolate, il 73% del consenso degli intervistati va nei confronti di un "pacchetto" composto da **sanità, food, famiglia e assicurativo-bancario**. In termini analitici rappresentano le agevolazioni più rilevanti:

- **sanità**: infermeria, dentista, assicurazione sanitaria, assistenza sociale, consultori, convenzionati, estensione alla famiglia;
- **food**: servizi mensa, bar, distributori bevande e snack, ticket;
- **famiglia**: nursery, asili nido, badanti, borse di studio (scuola, università) e rimborso testi scolastici per i figli, permesso di maternità/paternità retribuito, flessibilità dei tempi a sostegno della gestione familiare, congedi parentali, agevolazioni per figli e parenti disabili;
- **assicurativo/bancario**: rimborso su mutui e prestiti, convenzioni con banche e assicurazioni, coperture vita, infortuni, invalidità, long term care.

BARI L'IMPESA SI È IMPOSTA TRA LE PMI ITALIANE PER LE GESTIONE DELLE RISORSE UMANE

Welfare aziendale, alla «Masmec» il premio nazionale Assiteca 2015

Insignita a Milano dopo un'indagine dell'Università Cattolica

● «Ecco come gestire le risorse in modo semplice col pensiero del contadino e creare le condizioni favorevoli per la crescita».

La Masmec di Bari è stata premiata nei giorni scorsi a Milano per il welfare aziendale: l'impresa barese che produce sistemi di automazione industriale per i settori



MICHELE VINCI
Il titolare della Masmec di Bari in una foto di archivio

automotive e biomedicale si è aggiudicata il premio nazionale Assiteca 2015 nella categoria PMI familiari.

Il premio Assiteca 2015, promosso in partnership con L'Impresa - Gruppo 24 Ore, ha selezionato quest'anno le attività imprenditoriali che si sono distinte in tutta Italia

per le pratiche e i servizi rivolti al benessere dei dipendenti.

Il premio si è basato su una indagine a cura di ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, che è servita ad identificare i Welfare Champions: quelle imprese italiane che hanno sviluppato progetti «vincenti» e che hanno saputo valorizzare al meglio un asset fondamentale nella gestione di ogni realtà, il cosiddetto capitale umano.

Una équipe di esperti dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano ha analizzato e valutato i documenti e le pratiche inerenti i modelli di Welfare Aziendale pervenute dalle Aziende partecipanti ed ha selezionato le migliori.

L'azienda barese si è imposta nella sua categoria con la seguente motivazione: «Masmec fa proprio il pensiero del contadino che gestisce le sue risorse in modo semplice per creare le condizioni favorevoli per la crescita. Su questo concetto si fonda il progetto "Il valore che crea valore", nato con il supporto della facoltà di Psicologia dell'Università degli studi di Bari e in grado di offrire ai dipendenti un ambiente in cui crescere ed essere valorizzati».



Relazioni industriali. Una ricerca Asam registra per la prima volta percezione, percorsi effettuati e obiettivi - Servizi alla famiglia e polizze tra gli strumenti più utilizzati

Le nuove leve del benessere nelle imprese

La sfida è migliorare sia i rapporti società-dipendenti sia i modelli di organizzazione interna

Francesco Prisco

■ Aumentare il benessere organizzativo, migliorare la relazione tra azienda e dipendenti e al tempo stesso fidelizzare i lavoratori. Sono questi i motivi principali che spingono un'impresa ad abbracciare un programma di welfare aziendale: lo dimostra la ricerca che Asam, Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano, ha condotto in occasione della sesta edizione del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane", dedicata quest'anno proprio al tema del welfare aziendale.

Un'indagine condotta su un campione di 231 aziende che per la prima volta ha indagato, oltre che su parametri consolidati, anche su aspetti fino a oggi poco considerati, quali le percezioni sul welfare, l'utilizzo, le aree e gli oggetti di questa sempre più importante politica aziendale, i percorsi realizzativi effettuati e soprattutto gli obiettivi futuri dichiarati. Per la realizzazione dell'indagine è stato utilizzato un questionario quanti-qualitativo, composto da 14 domande prevalentemente a risposta chiusa, strutturato in una prima parte anagrafica elaborata per dare un quadro di riferimento delle aziende che hanno partecipato al progetto di ricerca, e una seconda parte che aveva l'obiettivo di capire che cosa le aziende intendessero con il termine "welfare aziendale", quali motivazioni spingessero verso possibili politiche di questo tipo e, infine, di analizzare il sentiment delle aziende stesse. A seguire si sono indagati gli aspetti e gli strumenti che hanno concorso alla gestione del benessere organizzativo e che confermano la rilevanza strategica del "fattore umano" nel processo di produzione. Ultimo, ma non meno importante, la richiesta del budget impiegato per sviluppare il welfare in azienda e i sistemi di misurazione del Roi (return on investment) sulle azioni impiegate.

Il campione

Le 231 aziende del campione nel 68% dei casi erano pmi e nel 32%

IL CAMPIONE

Lo studio ha preso in esame 231 imprese: nel 68% dei casi sono Pmi e nel 32% player di grandi dimensioni

player di grandi dimensioni. Considerando la ripartizione tra aziende familiari e non, il 43% di quanti hanno risposto erano ascrivibili alla categoria del family business (pmi 32% e grandi 11%) e il 57% al non family 57% (pmi 36% e grandi 21%). La distribuzione geografica del campione vede una prevalenza di imprese sia del Nordovest che del Nordest per un totale pari al 75 per cento. La partecipazione dell'area Centro e Sud e Isole ha contribuito con una

percentuale del 25%. Infine, il 60% delle imprese partecipanti sono "autonome", cioè non appartenenti a gruppi o aggregati simili, mentre il 40% risulta essere espressione di gruppi aziendali.

Il contesto

La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% del campione come "ostile" (così così o pessima) e per il restante 52% "amichevole" (discreta, buona e propositiva). I termini fondamentali che spiegano queste percezioni e che si traggono dall'analisi dei "perché" sono: cultura, fisco, crisi. Mentre le percezioni positive/amichevoli si fondano su parole chiave come diffusione transizionale (del tipo: "siamo sulla buona strada"), consapevolezza (propensione alla valorizzazione del capitale umano), comportamenti imitativi (conoscenza e apprezzamento delle eccellenze). Per quanto riguarda la percezione del welfare in azienda, chi ha risposto al sondaggio spesso "predica bene ma razzola maldestramente", in quanto la definizione stessa di welfare prescelta da ben il 58% delle imprese intervistate risulta, seppure evoluta e completa, accompagnata da motivazioni non

altrettanto avanzate, mature, progredite. Un esempio su tutti: oltre la metà delle risposte individua come definizione di welfare sentita più vicina alla cultura e al sentiment aziendale la seguente: «Insieme di azioni svolte allo sviluppo dei risultati dell'impresa attraverso un'articolata gamma di strumenti finalizzati al miglioramento del clima interno, del benessere organizzativo e del singolo lavoratore». Tutto ciò mentre soltanto il 28% degli intervistati identifica il welfare in azienda come «strumenti e servizi di natura non monetaria ma tangibili che l'azienda mette a disposizione dei propri dipendenti». Quanto alle motivazioni che hanno indotto le aziende intraprendere la strada del welfare aziendale, il 23% del campione ha optato per «aumentare il benessere organizzativo», mentre «migliorare la relazione tra azienda e dipendenti» è la risposta scelta dal 17% del campione. La fidelizzazione dei dipendenti è stata prescelta dal 14% dei rispondenti. Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%, mostrando un'elevata parcellizzazione. Le opportunità tecnologiche, poi, sono ancora del tutto sconosciute: alla domanda su se venisse utilizzata una piattaforma tecnologica per consentire, per esempio, a ciascun dipendente di agire in totale autonomia nelle fasi di scelta dei servizi, di destinazione delle risorse assegnate e di rendicontazione documentale dei servizi fruiti, l'87% ha risposto negativamente, sia con riferimento allo sviluppo e alla gestione di piattaforme interne che in outsourcing.

Sanità, food e famiglia

Fra gli "oggetti" rilevanti del welfare, e dunque fra le aree agevolate, il 73% del consenso degli intervistati va nei confronti di un "pacchetto" composto da sanità, food, famiglia e assicurativo-bancario. Ancillari (tra il 5% e il 7%) risultano gli altri quattro oggetti: wellness, assistenza amministrativa, mobilità, tempo libero. Quali so-

no state le principali azioni intraprese dalle aziende del campione per realizzare le politiche di welfare? Ai primi posti sono state votate (al 17%) la somministrazione di un questionario per individuare i bisogni e le aspettative dei lavoratori e la proposta di soluzioni flessibili e diversificate per il miglioramento personale, familiare e della sicurezza futura. Seguono subito dopo altre tre azioni (tra il 15% e il 13%): confronto e condivisione con aziende appartenenti a medesime organizzazioni di settore; individuazione dei bisogni primari delle famiglie di operai e impiegati per integrare con politiche di welfare aziendale i salari più bassi; creazione di opportunità per maggiori sinergie tra management e impiegati. Pochi agiscono sia sulla richiesta di una consulenza esterna (10%) che di una valutazione dell'impatto e dei feedback delle politiche di welfare aziendale già attuate (11%). Percorsi di questo tipo sarebbero stati agevolati, tra l'altro, da un budget dedicato e da una metrica del Roi per il welfare. In proposito le aziende del campione hanno risposto nel 69% dei casi di non avere un budget predisposto al welfare aziendale, nel 31% di averlo. Quanto alle aziende dotate di budget, l'ammontare disponibile è per il 44% tra 10 e 50mila euro, per il 20% tra 0 e 10mila euro, quindi il 64% ha un intervallo di spesa che va da 0 a 50mila euro, il 15% oltre i 250mila euro, il 13% tra i 100 e i 250mila euro e solo l'8% tra i 50 e i 100mila euro. Pochissimi (8%) misurano il

Roi. Eppure è tra gli strumenti che offrono il feedback migliore.

@MrPriscus

L'IDENTIKIT

La data di nascita

■ **Assiteca** nasce nel 1982 per iniziativa di alcuni professionisti del settore assicurativo e oggi rappresenta la più grande realtà italiana nel mercato del brokeraggio assicurativo: 580 milioni di premi intermediati a giugno 2015 e 522 dipendenti e collaboratori. Nel luglio 2015, prima società italiana di brokeraggio assicurativo, **Assiteca** si è quotata in Borsa Italiana - segmento AIM Italia.

La presenza

■ In Italia è presente in 24 tra le maggiori città: Milano, Ancona, Bologna, Cagliari, Catania, Cesena, Firenze, Genova, Lecco, Livorno, Manzano (UD), odena, Napoli, Pavia, Pescara, Pordenone, Prato, Roma, Salerno, Taranto, Torino, Tortona (AL), Varese, Verona. In Spagna è presente con 3 uffici diretti a Madrid, Barcellona, Siviglia. Nel resto dell'Europa e nel mondo, in qualità di membro di EOS RISQ e Lockton Global Networks,

può contare su una presenza in oltre 100 paesi, confermando tempestività nell'affrontare le nuove sfide di un mercato globale.

L'organizzazione a

■ Oltre alla Divisione Tecnica, che offre i migliori servizi di Risk Management, le Divisioni Internazionale, Trasporti, redditi Commerciali, Energie Rinnovabili, Employee, Benefits, Rischi Edili, Cauzioni e Fidejussioni, Affinity e Pubblica Amministrazione.

Il premio

■ Nel 2010 è stato lanciato il Premio **Assiteca** "La Gestione del Rischio nelle Imprese italiane", un riconoscimento unico in Italia, che si basa sulla realizzazione di un'indagine funzionale a valutare il grado di preparazione delle aziende italiane sul tema della gestione del rischio. Ogni edizione indaga un focus specifico: I edizione 2010 "Sicurezza sul Lavoro"; II edizione 2011 "Crediti Commerciali"; III edizione 2012 "Business Continuity"; IV edizione 2013 "Compliance"; V edizione 2014 "Eccellenze nell'Export"; VI edizione 2015 "Welfare in Azienda".

La mappa dei partecipanti: numeri, analisi, risposte

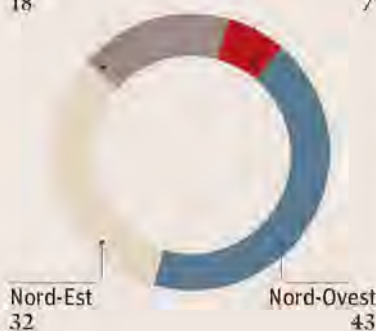
Presenza delle aziende che hanno risposto al questionario. **Valori %**

Piccole e medie
68

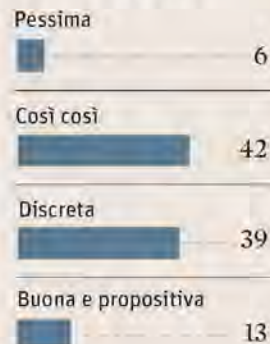


Classificazione per area geografica. **Valori %**

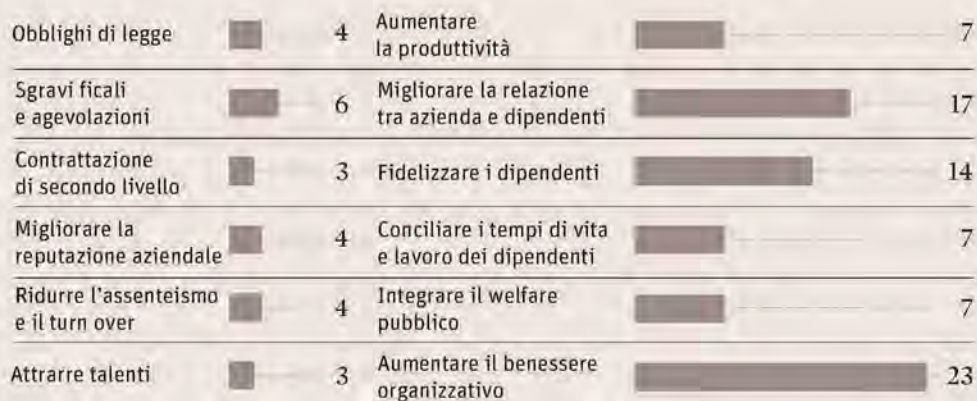
Centro 18 Sud e isole 7



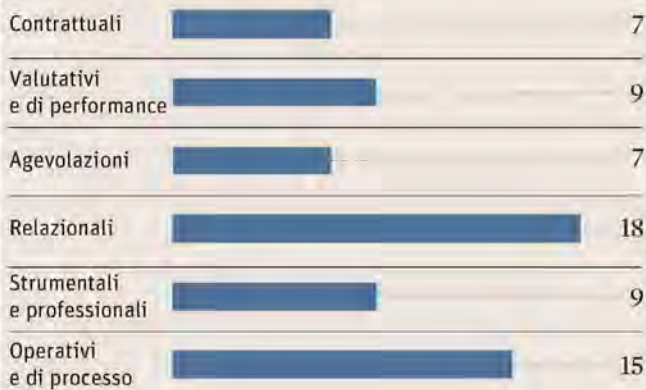
Visione della situazione italiana in tema di welfare aziendale. **Valori %**



Motivazioni che hanno spinto ad attuare politiche di welfare aziendale. **Valori %**



Classificazione degli aspetti più importanti nella gestione del benessere organizzativo. **Valori %**



Casi di successo. Il premio Assiteca alle aziende che hanno saputo sviluppare progetti innovativi concentrati sulle persone e sul clima di lavoro

Da Nord a Sud, otto esempi di eccellenza

■ Dalla gestione di paghe e contributi alla grande distribuzione, dal biomedicale alla mecatronica e al mobile commerce, fino ad arrivare alle costruzioni meccaniche. Il Premio Assiteca quest'anno va a otto modelli diversi di welfare aziendale, otto case history originali e innovative su come sia possibile migliorare la vita di chi lavora in azienda attraverso strumenti e servizi messi a disposizione dal datore di lavoro.

Sul podio c'è per esempio Telecom, vincitrice per la categoria grandi imprese del Centro. Hanno fatto la differenza le politiche riguardanti il bilanciamento vita-lavoro (i servizi in sede e quelli per la mobilità offerti ai dipendenti), i servizi per la famiglia e la persona (21 asili nido in giro per l'Italia, 40 soggiorni estivi organizzati per i figli, 120 borse di studio intercultura, rimborso delle tasse universitarie) e i servizi per il benessere e la salute (da un'area intranet dedicata al tema all'assicurazione sanitaria, passando per il centro people caring). Si segnalano in ultimo servizi di supporto alla persona come prestiti aziendali, fondi pensionistici e shop online. Per la categoria Grandi imprese del Nordovest si impone Zeta Service, azienda con quartier generale a Milano che si occupa di elaborazioni paghe e contributi ma anche servizi di consulenza. La politica dell'azienda è «fare

CARTA D'IDENTITÀ

Meccatronica, ma anche mobile commerce e gestione delle buste paga: le storie di chi ha migliorato la vita nei luoghi di lavoro in modo che ogni persona stia bene nell'ambiente lavorativo e sia facilitata nel bilanciare vi-

ta professionale e vita privata». Da qui la scelta di iniziative di welfare. Come il “maggior-domo aziendale” che consente al dipendente di far evadere settimanalmente le proprie commesse postali ma anche la manutenzione dell'auto con ritiro e consegna in giornata. Poi c'è la gestione dell'orario e la sede, con la flessibilità in entrata e in uscita e la possibilità di lavorare temporaneamente presso altre sedi. In più, contributo sugli abbonamenti ai trasporti e una spesa al supermercato al mese che arriva fino a casa. Sempre sulla macroarea Nordovest ma per il segmento pmi si impone la onlus Actionaid con lotta alla povertà e promozione diritti tra i propri fini. Il welfare aziendale passa per iniziative come “Bimbi in ufficio”, per condividere con i propri piccoli la realtà lavorativa, e il “Maternity Pack”, kit di spiegazione e supporto per aiutare i dipendenti, genitori naturali e adottivi, ad adempiere alle richieste della normativa in vigore. Lagdo sale sul podio grazie a Coop Adriatica che si aggiudica il premio Assiteca come grande azienda del Nordest. Vincente il suo programma di welfare aziendale “+xte” che ha suscitato grande curiosità nel mondo imprenditoriale. C'è un portale dedicato, cui sono iscritti 3.707 dipendenti, e un servizio telefonico che l'anno scorso ha raccolto 1.493 contatti. Si lavora sulla conciliazione tempi di vita e di lavoro con iniziative quali aspettative per assistenza a figli e nipoti o aspettative una tantum senza motivazione, sperimentazione del telelavoro, permessi studio e congedi matrimoniali che non escludono le coppie gay. Non si trascurano le esigenze della persona:

750mila euro erogati a fondo perduto nel 2014 dal Fondo di solidarietà per stato di rilevante bisogno economico, in più 85 anticipi di Tfr concessi al di fuori della casistica di legge. E c'è il dentista per dipendenti e familiari con il servizio Identicoop. Sempre a Nordest, ma per il segmento pmi, primeggia Gima, azienda biomedicale che ha lanciato il progetto “Easy Take Away”, servizio di ristorazione per tutti i dipendenti e i loro familiari anche per la cena serale attraverso pasti da asporto confezionati dalla mensa aziendale e accessibili a prezzi estremamente convenienti. Il tutto riducendo eventuali sprechi della mensa.

Il riconoscimento non trascura le aziende familiari, grandi o piccole che siano. Sul primo versante si è imposto il Gruppo Cms, quartier generale nel modenese, settore di riferimento costruzioni meccaniche e lavorazioni per conto terzi. Il progetto di welfare si chiama “Better Factory, Better Life” e insiste da un lato su asilo nido aziendale, centro estivo, e giocosabato (attività ludiche settimanali per i più piccoli), dall'altro sulla banca ore per la compensazione di lavoro ed esigenze familiari. Tra le pmi familiari vince la barese Masmec (comparto mecatronica) che ha motivato i propri dipendenti anche sul versante psicologico con il progetto “Il valore che crea valore”. Per la categoria community (riconoscimento assegnato sulla base dei voti raccolti sul sito internet dedicato al premio) ha prevalso in ultimo Neonmobile, azienda di mobile commerce con quartier generale a Roma che, tra le altre cose, ha attivato uno sporting club e una comfort zone per i propri dipendenti.

Fr.Pr.

La diffusione

CHI NE USUFRUISCE

Dati in percentuale

Beneficiari	Grandi imprese	Pmi
Dirigenti	7	3
Quadri	4	6
Impiegati	7	7
Operai	3	4
Collaboratori	3	2
Le risorse più deboli	0	1
Tutti i dipendenti	76	77

LA CONSIDERAZIONE

Dati in percentuale

Come il welfare è percepito in azienda	Azioni finalizzate al miglioramento del clima interno e del benessere del lavoratore	Utilizzo di strumenti di remunerazione alternativi a quelli più tradizionali	Strumenti e servizi di natura non monetaria, ma tangibili
Pmi familiari	58	16	26
Gi familiari	50	12	38

Fonte: Asam



Riconoscimenti Componentistica, Premio Assiteca alla Masmec Bari

Il Premio **Assiteca** «La gestione del rischio nelle imprese italiane», dedicato quest'anno al Welfare in azienda e assegnato a Milano il 1 dicembre scorso, è andato alla azienda barese Masmec. Il riconoscimento viene promosso da **Assiteca**, il più grande broker italiano di assicurazioni (quotato in Borsa), e quest'anno ha visto concorrere 231 aziende. Masmec è stata insignita del premio perché ha fatto proprio il pensiero del contadino, «che gestisce in proprio le sue risorse in modo

semplice per creare le condizioni favorevoli per la crescita». Specializzata in tecnologie di precisione, robotica e mecatronica, applicate ai settori dell'automotive e del biomedicale la Masmec è un'azienda con sede a Modugno, alle porte del capoluogo regionale. Da oltre 30 anni progetta e realizza macchine automatiche personalizzate di assemblaggio e conduce test per note multinazionali della componentistica per auto. Da ultimo si è mossa nel settore biomedicale.



CERCA IN ARCHIVIO



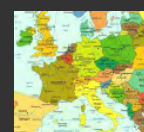
IMPRESE - Navale: forum verticale a Carrara giovedì 16 dicembre

13 dicembre 2010



CONSUMI - Made in Italy: l'83% degli italiani mangia nazionale

28 febbraio 2010



IMPRESE - Italia e Romania: Camere di commercio alleate per...

8 febbraio 2012



SOLIDARIETA' - Berlusconi: lungo applauso al forum italo-indiano a New...

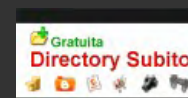
14 dicembre 2009

ADVERTISEMENT

Trauma Kit
Wedding Videos Toronto



SEGNALATO DA
energ-etico.com



WELFARE AZIENDALE-RICERCA ASAM – ASSITECA: SANITÀ, FOOD, FAMIGLIA E ASSICURATIVO-BANCARI I SERVIZI PIÙ GETTONATI IN ITALIA



L'indagine sul Welfare aziendale, a cura di ASAM – Assiteca e propedeutica all'assegnazione del Premio, ha coinvolto oltre 230 aziende e rivela che le agevolazioni che riscuotono il più largo consenso sono i servizi sanitari (da quelli infermieristici al dentista), il food (mense, bar aziendali, ticket), i servizi alla famiglia (asili nido, borse di studio, badanti, congedi parentali) e quelli assicurativi e bancari (rimborsi, convenzioni, coperture assicurative).

Sono 8 le aziende premiate da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano, quotato all'AIM di Milano, per l'edizione 2015 (la sesta) del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato, quest'anno, al Welfare in azienda.

Si tratta di ZETASERVICE (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest; ACTIONAID (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria PMI del Nord-Ovest; COOP Adriatica (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; GIMA (assemblaggio e confezionamento) per le PMI del Nord-Est; TELECOM ITALIA (Media e Tlc) per il Centro; Gruppo CMS (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi)

e MASMEC (tecnologie di precisione, robotica, meccatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI; NEOMOBILE (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio).

In occasione del Premio, ASAM – Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano ha condotto una survey approfondita sul tema del Welfare in azienda, intervistando le 231 imprese che hanno concorso.

Per la prima volta la ricerca ha anche affrontato aspetti inediti come le percezioni sul welfare, l'utilizzo di tecnologie dedicate, i percorsi realizzativi effettuati e soprattutto gli obiettivi futuri dichiarati. Quello che emerge è tuttavia l'utilizzo ancora assai modesto di piattaforme tecnologiche, una situazione budgetaria molto precaria, metriche inesistenti, un'ampia gamma di soluzioni organizzative in termini di funzioni e di organici scarni, motivazioni e beneficiari assai differenti, pochi programmi dichiarati e formalmente esistenti, sistemi di comunicazione interna da sviluppare.

I risultati generali della ricerca e il modello di gestione del welfare in azienda

La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% come "ostile" (così così, pessima) e per il restante 52% "amichevole" (discreta, buona e propositiva).

Le principali motivazioni che hanno spinto le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale sono "aumentare il benessere organizzativo" (per il 23% del campione), "migliorare la relazione tra azienda e dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%.

I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grandissima maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Carenti purtroppo sia l'esistenza di un "documento di impegno" sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti), sia un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione).

Fra gli "oggetti" rilevanti del welfare, e dunque fra le aree agevolate, il 73% del consenso degli intervistati va nei confronti di un "pacchetto" composto da sanità, food, famiglia e assicurativo-bancario. In termini analitici rappresentano le agevolazioni più rilevanti:

- o **sanità**: infermeria, dentista, assicurazione sanitaria, assistenza sociale, consultori, convenzionati, estensione alla famiglia;
- o **food**: servizi mensa, bar, distributori bevande e snack, ticket;
- o **famiglia**: nursery, asili nido, badanti, borse di studio (scuola, università) e rimborso test scolastici per i figli, permesso di maternità/paternità retribuito, flessibilità dei tempi a sostegno della gestione familiare, congedi parentali, agevolazioni per figli e parenti disabili;
- o **assicurativo/bancario**: rimborso su mutui e prestiti, convenzioni con banche e assicurazioni, coperture vita, infortuni, invalidità, long term care.

Ancillari (tra il 5% e il 7%) risultano gli altri quattro oggetti: wellness, assistenza amministrativa, mobilità, tempo libero.

Il campione

Sono state considerate 231 aziende di cui il 68% PMI e il 32% GI. Il 43% del campione è

careerJET

Lavoriamo per il tuo business:
Contattaci a info@inncantiere.com
per avere servizi e consulenze
Il preventivo è gratuito!



Vieni a trovarci su inncantiere.com



ADVERTISEMENT

362 listeners

CATEGORIE

- Approfondimenti
- Commerciale
- Dalla home page
- Formazione
- News

rappresentato da aziende familiari (PMI 32% + GI 11%), il 57% delle non family è formato dal 36% PMI e 21% GI.

La distribuzione geografica del campione vede una prevalenza di imprese sia del Nord-Ovest che del Nord-Est per un totale pari al 75%. La partecipazione dell'area Centro e Sud-Isole ha contribuito con una percentuale del 25%.

Foto tratta da <http://blog.eurooffice.it/>

» » Approfondimenti » WELFARE AZIENDALE-Ricerca ASAM – [Assiteca](#): sanità, food, famiglia e assicurativo-bancari i servizi più gettonati...

ABOUT THE AUTHOR: ADMIN

ARTICOLI CORRELATI

IM-IMPRESA MIA

Fondato e diretto da **Laura Cherubini**: direttore@impresamia.it
Redazione: redazione@impresamia.it
Pubblicità: commerciale@impresamia.it

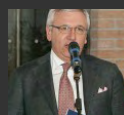
TWEET RECENTI

GOVERNO: MANOVRA. Testo integrale del maxiemendamento del 07.09.11. Su cui a posto la fiducia: <http://t.co/1MLTWPK> via @AddThis
over a year ago

FISCO-Agosto: le scadenze dalle imposte al bollo auto: <http://t.co/ziP0t1z> via @AddThis
over a year ago

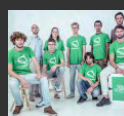
REGIONI-Lazio: il piano casa è legge: <http://t.co/URp40b7> via

GLI ULTIMI ARTICOLI



FORMAZIONE-Friuli: l'Università, da oggi, si paga a rate! E più...

2 dicembre 2015



STARTUP-Cosa ti porto? Le consegne intelligenti del food che piacciono...

2 dicembre 2015



WELFARE AZIENDALE-Ricerca ASAM – [Assiteca](#): sanità, food, famiglia e assicurativo-

SEGUICI SU...



CERCA

Cerca nel sito...



Questo sito utilizza cookie, anche di terze parti, per offrirti servizi in linea con le tue preferenze.

Ok

Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie clicca qui.

Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.



Home | Archivio | Appuntamenti | Rubriche | Vettrine | Redazioni | Collaboratori | Links | Contatti
Redazione di Bari

Cerca nel sito Data

Milano - WELFARE AZIENDALE: A MASMEC DI BARI IL PREMIO ASSITECA 2015

02/12/2015

- Masmec è la vincitrice "barese" della VIA edizione del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato quest'anno al Welfare in azienda e la cui cerimonia di premiazione si è tenuta l'1 dicembre a Milano.

Riconoscimento unico in Italia promosso da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano, quotato sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana, il Premio ha riscosso anche quest'anno notevole interesse coinvolgendo nel progetto di ricerca a cura di ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ben 231 imprese.



MASMEC è stata premiata perché ha fatto proprio il pensiero del contadino che gestisce le sue risorse in modo semplice per creare le condizioni favorevoli per la crescita. Su questo concetto si fonda, infatti, il progetto "Il valore che crea valore", nato con il supporto della facoltà di Psicologia dell'Università degli studi di Bari e in grado di offrire ai dipendenti un ambiente in cui crescere ed essere valorizzati.

Tra le aziende vincitrici tre hanno sede in Emilia Romagna, due ciascuno in Lombardia e nel Lazio, e una in Puglia. Nella categoria NORD OVEST tra le Grandi Imprese è stata premiata ZETASERVICE Srl (Milano, paghe e contributi) mentre tra le Piccole Medie Imprese ACTIONAID International Italia Onlus (Milano, Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti). Nella categoria NORD EST hanno trionfato COOP Adriatica Scari (Villanova di Castenaso - BO, grande distribuzione) tra le Grandi Imprese e GIMA Spa (Zola Predosa - BO, assemblaggio e confezionamento) tra le Piccole Medie Imprese. Nel CENTRO si è imposta TELECOM ITALIA (Roma, Media e TLC) tra le Grandi Imprese. Nella categoria IMPRESE FAMILIARI per le Grandi Imprese ha vinto Gruppo CMS Spa (Marano sul Panaro - MO, costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) mentre per le Piccole Medie Imprese è stata premiata MASMEC Spa (Modugno - BA, tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale). Nell'elenco dei vincitori è stata inserita anche NEOMOBILE Spa (Roma, mobile commerce) all'interno della categoria COMMUNITY.

MASMEC S.p.A. è un'azienda di Modugno specializzata in tecnologie di precisione, robotica e mecatronica, applicate ai settori dell'automotive e del biomedicale. Da oltre 30 anni progetta e realizza macchine automatiche personalizzate di assemblaggio e test per note multinazionali della componentistica auto. Ha poi esteso le proprie competenze al settore biomedicale, per cui sviluppa dispositivi d'avanguardia.

trivago
725.000 Hotels
250+ Hotel Booking Sites
Find Your Ideal Hotel
Search Hotels

Testata giornalistica PugliaLive.net - Reg. n.3/2007 del 11/01/2007 Tribunale di Bari
Direttore Responsabile - Nicola Morisco
Editore - Associazione Culturale PugliaLive - codice fiscale n.93385210724 - Reg.n.8135 del 25/05/2010
Powered by studiolamanna.it

Premio Assiteca 2015, ecco i “Welfare Champions” italiani

News 02/12/2015



I riconoscimenti sono andati ad ActionAid, COOP Adriatica, GIMA, Gruppo CMS, Masmec, Neomobile, TelecomItalia e Zeta Service. L'indagine sul Welfare aziendale, a cura di ASAM – Assiteca e propedeutica all'assegnazione del Premio, ha rivelato che le agevolazioni che riscuotono il più largo consenso sono i servizi sanitari (da quelli infermieristici al dentista), il food (mense, bar aziendali, ticket), i servizi alla famiglia (asili nido, borse di studio, badanti, congedi parentali) e quelli assicurativi e bancari (rimborsi, convenzioni, coperture assicurative)

Si è svolta ieri a Milano la cerimonia conclusiva della sesta edizione del **Premio Assiteca “La gestione del rischio nelle imprese italiane”** dedicato, quest'anno, al Welfare in azienda. Il riconoscimento promosso dal più grande broker assicurativo italiano – quotato sul mercato AIM Italia di **Borsa Italiana** – è stato conferito ad otto aziende: **Zeta Service** (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest; **ActionAid** (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria PMI del Nord-Ovest; **COOP Adriatica** (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; **GIMA** (assemblaggio e confezionamento) per le PMI del Nord-Est; **Telecom Italia** (Media e Tlc) per il Centro; **Gruppo CMS** (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) e **Masmec** (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI; **Neomobile** (mobile commerce) per la categoria Community (ovvero le aziende segnalate sul sito dedicato al Premio).

In occasione dell'evento di premiazione, **ASAM** – Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'**Università Cattolica di Milano** ha condotto una indagine approfondita sul tema del Welfare in azienda, coinvolgendo ed intervistando 231 imprese.

Per la prima volta – si legge in una nota – la ricerca ha anche affrontato aspetti inediti come le

percezioni sul welfare, l'utilizzo di tecnologie dedicate, i percorsi realizzativi effettuati e soprattutto gli obiettivi futuri dichiarati. Quello che è emerso è tuttavia *"l'utilizzo ancora assai modesto di piattaforme tecnologiche, una situazione budgetaria molto precaria, metriche inesistenti, un'ampia gamma di soluzioni organizzative in termini di funzioni e di organici scarni, motivazioni e beneficiari assai differenti, pochi programmi dichiarati e formalmente esistenti, sistemi di comunicazione interna da sviluppare"*.

Delle 231 aziende considerate nell'indagine il 68% era riconducibile a PMI ed il 32% era formato da grandi imprese (GI). Il 43% del campione era rappresentato da aziende familiari (32% PMI e 11% GI), mentre il 57% delle non family era formato dal PMI al 37% e GI per il restante 21%. La distribuzione geografica del campione ha visto una prevalenza di imprese sia del Nord-Ovest che del Nord-Est (per un totale pari al 75%); la partecipazione dell'area Centro e Sud-Isole ha contribuito con il restante 25%.

I risultati generali della ricerca e il modello di gestione del welfare in azienda

La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% come *"ostile"* (così così, pessima) e per il restante 52% *"amichevole"* (discreta, buona e propositiva). Le principali motivazioni che hanno spinto le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale sono *"aumentare il benessere organizzativo"* (per il 23% del campione), *"migliorare la relazione tra azienda e dipendenti"* (17%) e *"fidelizzare i dipendenti"* (14%). Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%.

I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grandissima maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Secondo i curatori dell'indagine, sono purtroppo carenti sia l'esistenza di un *"documento di impegno"* sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti), sia un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione).

Fra gli *"oggetti"* rilevanti del welfare, e dunque fra le aree agevolate, il 73% del consenso degli intervistati va nei confronti di un *"pacchetto"* composto da sanità, food, famiglia e assicurativo-bancario. In termini analitici le agevolazioni più rilevanti sono rappresentate da:

- Sanità – infermeria, dentista, assicurazione sanitaria, assistenza sociale, consultori, convenzionati, estensione alla famiglia;
- Food – servizi mensa, bar, distributori bevande e snack, ticket;
- Famiglia – nursery, asili nido, badanti, borse di studio (scuola, università) e rimborso testi scolastici per i figli, permesso di maternità/paternità retribuito, flessibilità dei tempi a sostegno della gestione familiare, congedi parentali, agevolazioni per figli e parenti disabili;
- Assicurativo/bancario: rimborso su mutui e prestiti, convenzioni con banche e assicurazioni, coperture vita, infortuni, invalidità, long term care.

Residuali, con quote tra il 5% ed il 7% risultano infine altri quattro *"oggetti"*: wellness, assistenza amministrativa, mobilità, tempo libero.

Intermedia Channel

Condividi:

Comunicato stampa

Welfare aziendale: a Masmec di Bari il premio Assiteca 2015

Comunicato - [Inserito Da Fabio Santilio](#) · 2 Dicembre 2015

Consiglia 1

Masmec è la vincitrice "barese", e unica azienda del Sud Italia, della VI^A edizione del **Premio Assiteca** "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato quest'anno al **Welfare in azienda** e la cui cerimonia di premiazione si è tenuta l'1 dicembre a Milano.

Riconoscimento unico in Italia promosso da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano, quotato sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana, il Premio ha riscosso anche quest'anno notevole interesse coinvolgendo nel progetto di ricerca a cura di ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ben **231 imprese**.

MASMEC è stata premiata perché ha fatto proprio il pensiero del contadino che gestisce le sue risorse in modo semplice per creare le condizioni favorevoli per la crescita. Su questo concetto si fonda, infatti, il progetto "Il valore che crea valore", nato con il supporto della facoltà di Psicologia dell'Università degli studi di Bari e in grado di offrire ai dipendenti un ambiente in cui crescere ed essere valorizzati.

Tra le aziende vincitrici tre hanno sede in Emilia Romagna, due ciascuno in Lombardia e nel Lazio, e una in Puglia. Nella categoria NORD OVEST tra le Grandi Imprese è stata premiata ZETASERVICE Srl (Milano, paghe e contributi) mentre tra le Piccole Medie Imprese ACTIONAID International Italia Onlus (Milano, Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti). Nella categoria NORD EST hanno trionfato COOP Adriatica Scarl (Villanova di Castenaso - BO, grande distribuzione) tra le Grandi Imprese e GIMA Spa (Zola Predosa - BO, assemblaggio e confezionamento) tra le Piccole Medie Imprese. Nel CENTRO si è imposta TELECOM ITALIA (Roma, Media e TLC) tra le Grandi Imprese. Nella categoria IMPRESE FAMILIARI per le Grandi Imprese ha vinto Gruppo CMS Spa (Marano sul Panaro - MO, costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) mentre per le Piccole Medie Imprese è stata premiata MASMEC Spa (Modugno - BA, tecnologie di precisione, robotica, meccatronica, biomedicale). Nell'elenco dei vincitori è stata inserita anche NEOMOBILE Spa (Roma, mobile commerce) all'interno della categoria COMMUNITY.

MASMEC S.p.A. è un'azienda di Modugno specializzata in tecnologie di precisione, robotica e meccatronica, applicate ai settori dell'automotive e del biomedicale. Da oltre 30 anni progetta e realizza macchine automatiche personalizzate di assemblaggio e test per note multinazionali della componentistica auto. Ha poi esteso le proprie competenze al settore biomedicale, per cui sviluppa dispositivi d'avanguardia.

Nota - Questo comunicato è stato pubblicato integralmente come contributo esterno. Questo contenuto non è pertanto un articolo prodotto dalla redazione di BariToday

BARITODAY

PRESENTAZIONE
REGISTRATI
PRIVACY

INVIATA CONTENUTI
HELP
CONDIZIONI GENERALI

[LA TUA PUBBLICITÀ SU BARITODAY](#)

CANALI

HOME
CRONACA
SPORT
POLITICA
ECONOMIA
LAVORO

EVENTI
RECENSIONI
SEGNALAZIONI
FOTO
VIDEO
PERSONE

ALTRI SITI



FOGGIATODAY
LECCEPRIMA
CHIETITODAY
NAPOLITODAY
ILPESCARA
[TUTTE >](#)

SEGUICI SU



SEGUICI VIA MOBILE



citynews

[CHI SIAMO](#)

[PRESS](#)

[CONTATTI](#)

Welfare aziendale, al gruppo CMS di Modena il premio Assiteca 2015

Gruppo CMS è la vincitrice “modenese” della VIA edizione del Premio Assiteca “La gestione del rischio nelle imprese italiane” dedicato quest’anno al Welfare in azienda e la cui cerimonia di premiazione si è tenuta l’1 dicembre a Milano.

Inserito Da Fabio Santilio · 2 Dicembre 2015

Consiglia 1



Gruppo CMS è la vincitrice “modenese” della VI^A edizione del **Premio Assiteca** “*La gestione del rischio nelle imprese italiane*” dedicato quest’anno al **Welfare in azienda** e la cui cerimonia di premiazione si è tenuta l’1 dicembre a Milano.

Riconoscimento unico in Italia promosso da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano, quotato sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana, il Premio ha riscosso anche quest’anno notevole interesse coinvolgendo nel progetto di ricerca a cura di ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell’Università Cattolica del Sacro Cuore, ben **231 imprese**.

L’azienda di Marano sul Panaro è stata premiata perché dal 2007 ha realizzato il piano di welfare “Better Factory Better Life” che sostiene i dipendenti del gruppo e le famiglie con

numerosi benefits. La responsabilità sociale a cui si ispira la cultura d’impresa di CMS si esprime anche in un forte radicamento sul territorio con una partecipazione attiva nella vita della comunità locale.

Tra le aziende vincitrici tre hanno sede in Emilia Romagna, due ciascuno in Lombardia e nel Lazio, e una in Puglia. Nella categoria NORD OVEST tra le Grandi Imprese è stata premiata ZETASERVICE Srl (Milano, paghe e contributi) mentre tra le Piccole Medie Imprese ACTIONAID International Italia Onlus (Milano, Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti). Nella categoria NORD EST hanno trionfato COOP Adriatica Scarl (Villanova di Castenaso – BO, grande distribuzione) tra le Grandi Imprese e GIMA Spa (Zola Predosa – BO, assemblaggio e confezionamento) tra le Piccole Medie Imprese. Nel CENTRO si è imposta TELECOM ITALIA (Roma, Media e TLC) tra le Grandi Imprese. Nella categoria IMPRESE FAMILIARI per le Grandi Imprese ha vinto Gruppo CMS Spa (Marano sul Panaro – MO, costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) mentre per le Piccole Medie Imprese è stata premiata MASMEC Spa (Modugno – BA, tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale). Nell’elenco dei vincitori è stata inserita anche NEOMOBILE Spa (Roma, mobile commerce) all’interno della categoria COMMUNITY.

C.M.S. SpA nasce nel 1975 a Marano sul Panaro e opera nel settore delle costruzioni meccaniche e delle lavorazioni per conto terzi. L’azienda è dislocata su 8 stabilimenti localizzati tra Marano sul Panaro, Vignola e dal 2013 è presente con uno stabilimento produttivo in Cina. Ad oggi l’impresa impiega circa 300 persone. L’attenzione per la Responsabilità sociale d’impresa è un asset strategico

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Post Srl e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti al loro impiego in conformità alla nostra Cookie Policy

[Leggi la Cookie Policy](#)

[Acconsento](#)

Benvenuto, Non sei ancora registrato? [Accedi](#) | [Registrati](#)

[HOME](#) [SIN CAFFARO](#) [VI SEGNALIAMO](#) [BRESCIA DA SCOPRIRE](#) [LAGO DI GARDA](#) [MODA E TENDENZE](#)

Cerca nel sito...

[Online il nuovo Bilancio di Sostenibilità 2014](#) [Sfogliala ora](#)

Welfare aziendale, menzione a Feralpi

Publicato il 2 dicembre 2015

Puoi seguire tutte le repliche attraverso il nostro [RSS 2.0](#).

(red.) Il Gruppo Feralpi di Lonato (Brescia), nell'ambito della sesta edizione del Premio [Assiteca](#) "La Gestione del rischio nelle imprese italiane"- riconoscimento unico in Italia promosso dall'omonimo broker assicurativo italiano per segnalare le best practice del nostro Paese sul tema del welfare aziendale – ha ottenuto a Milano, una significativa testimonianza di qualità, risultando tra le tre aziende finaliste nella speciale categoria "Community".



L'importante menzione d'onore di Feralpi acquisisce ancora un maggiore significato perché sancita attraverso il voto delle 231 aziende partecipanti al Premio e che hanno evidentemente considerato "da podio" i progetti presentati dal gruppo siderurgico bresciano in tema di welfare aziendale. [Assiteca](#), anche attraverso il sito dedicato al premio (www.premioassiteca.it), ha creato la prima community italiana dedicata alla gestione del rischio: le aziende iscritte hanno non solo l'opportunità di concorrere per vincere il riconoscimento annuale compilando il questionario, ma anche di confrontarsi e interagire con le altre realtà e condividere le proprie best practice.

«**Come sempre, quando si ricevono dei premi, c'è soddisfazione** per il risultato ottenuto. A maggior ragione per quanto riguarda i progetti che il Gruppo Feralpi sta portando avanti per il welfare aziendale». Così ha commentato Giuseppe Pasini, presidente di Feralpi Group. Inoltre, ha aggiunto Pasini, «il fatto che a decretarlo siano stati gli stessi imprenditori, e non una giuria di terzi, è un particolare che ci inorgoglisce ancora di più e ci sprona a proseguire in questa direzione. Mi auguro che questa menzione positiva e di qualità possa – sebbene in minima parte – contribuire al rilancio reputazionale del nostro settore siderurgico che, oltre a rimanere uno dei motori dell'economia italiana, certamente non manca di porre attenzioni verso il benessere dei propri dipendenti e del loro futuro».

[Mi piace](#) 0 [Tweet](#) [G+1](#) 2

Segnala questo articolo: [f](#) [t](#) [g+](#) [v](#) [p](#) [e](#)

Devi autenticarti per poter commentare [Login](#)

ULTIME NOTIZIE



ARTICOLI RECENTI

- Welfare aziendale, menzione a Feralpi
- Violenza sessuale su disabile, un arresto
- Apologia di reato per finalità terroristica: giro di vite
- L'incredibile viaggio di una buccia di banana
- Il silenzio cos'è? Alla Libreria dei Ragazzi
- "Prime Donne", a Brend fino al 28 dicembre
- Basket, Andrea Diana miglior allenatore
- Ex-Oviesse, cercasi inquilini in corso Mameli
- Via col figlio disabile, arrestato
- Polpenazze, malore per 74enne, salvata

DI CHE COLORE E' LA TUA PASSIONE?
SU [CALCIOSHOP.it](#)
TROVI PIÙ DI 10.000 COMPLETI CALCIO PERSONALIZZABILI A PARTIRE DA € 7.90
[SCOPRI ORA](#)



Il Gruppo

Azienda

Soluzioni

Mercati

Sostenibilità

Investor Relations

Comunicazione

Comunicazione

News

2015

2014

2013

2012

2011

Comunicati stampa

Eventi

Area Video

Brochure

Logo

Campagna pubblicitaria

App Mobile

Social Network

News



mercoledì 2 dicembre 2015

Welfare aziendale, Manutencoop tra i finalisti del premio Assiteca 2015

Il riconoscimento è assegnato ogni anno da Assiteca, primario gruppo italiano di brokeraggio assicurativo.

venerdì 27 novembre 2015

La responsabilità sociale di Manutencoop, numeri e progetti.

Presentata la nuova edizione del Bilancio Sociale. Servizi di pulizia a impatto zero, nuove metodologie per valutare l'efficienza degli edifici e un sempre più ricco programma di welfare aziendale. In crescita il numero dei dipendenti: +6,4% rispetto al 2013, di cui il 97% assunti a tempo indeterminato. Forte impegno sul fronte della sostenibilità ambientale: nel 2014 ottenuti 1.832 titoli di Efficienza Energetica (TEE).

mercoledì 25 novembre 2015

Presentazione del bilancio sociale 2014

27 NOVEMBRE 2015 - ore 16,00
Salone Marescotti - Palazzo Marescotti- Brazzetti
Via Barberia, 4 - BOLOGNA

giovedì 8 ottobre 2015

A Manutencoop il Financial Energy Efficiency Award

Premiato il progetto di riqualificazione del Policlinico S. Orsola - Malpighi di Bologna, primo esempio in Italia di "obbligazioni di progetto". Gli EE Awards sono assegnati annualmente da CESEF, il Centro Studi sull'Economia e il Management dell'Efficienza Energetica.

lunedì 5 ottobre 2015

Andrea Gozzi nominato Chief Operating Officer di Manutencoop Facility Management S.p.A.

Costituita anche la nuova Divisione Mercato Internazionale, guidata da Danilo Bernardi. Le nomine s'inseriscono nel progetto di rafforzamento della struttura organizzativa e manageriale del Gruppo, con l'obiettivo di sviluppare ulteriormente la presenza all'estero, promuovere l'innovazione e consolidare l'orientamento al cliente.

WEB ambiente.it

Centri estivi a Ravenna, Bologna e Modena

di Sara Ghedini



I centri estivi si allargano e arrivano fino a Ravenna. Torna anche per il 2015 il progetto sperimentale dedicato ai figli dei dipendenti più piccoli, tra i 3 ed i 10 anni, avviato negli anni scorsi nelle province di Modena e Bologna.

Tags

Riconoscimenti Fiere

Ecosostenibilità Ambiente

Bilancio Altair IFM Acquisizioni

Inaugurazioni Claudio Levorato

Eventi Sponsorizzazioni Web

Donazioni Borse di studio Risultati

economici Concerto Concorso nazionale

Integrazione Immigrazione Clienti Privati

Efficienza energetica Soci Iniziative

Convegni Applicazioni Nomine

Cerca

Inserisci il testo da ricercare



Manutencoop Facility Management
S.p.A.
via Poli, 4 - 40069 Zola Predosa (BO)
P.IVA, C.F. e Iscrizione registro Imprese di

IL GRUPPO
Il gruppo Manutencoop
Le aziende
Le persone

MERCATI
Overview
Sanità
Pubblico

INVESTOR RELATIONS
Overview
Key Financial Information
Bilanci

COMUNICAZIONE
News
Comunicati Stampa
Eventi



Home Page

- Chi siamo
 - Contatti
 - Mailing List
 - Investor Relation
 - Bilanci annuali
 - Comunicati stampa
 - Partnership
- #### I prodotti di Class Editori
- Newspaper
 - Periodici
 - Class Digital System
 - Le TV di Class
 - Out of Home TV
 - Radio
 - Editoria Elettronica
 - Previsioni Meteo

Inglese

Pubblicità

Maggiori informazioni

Abbonamenti

Maggiori informazioni

La casa editrice leader nell'informazione finanziaria, nel lifestyle, nella moda e nel lusso per l'upper class

Ultime notizie a cura di MF-DowJonesNews

Premio Assiteca: 8 le aziende vincitrici per il Welfare

MILANO (MF-DJ)--Sono 8 le aziende premiate da Assiteca, broker assicurativo italiano quotato all'Aim, per l'edizione 2015 (la sesta) del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato, quest'anno, al Welfare in azienda. Si tratta di Zetaservice (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest; Actionaid (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria Pmi del Nord-Ovest; COOP Adriatica (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; Gima (assemblaggio e confezionamento) per le Pmi del Nord-Est; Telecom I. (Media e Tlc) per il Centro; Gruppo CMS (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) e Masmec (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI e Neomobile (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio). In occasione del Premio, ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano ha condotto una survey approfondita sul tema del Welfare in azienda, intervistando le 231 imprese che hanno concorso. La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% come "ostile" (così così, pessima) e per il restante 52% "amichevole" (discreta, buona e propositiva). Le principali motivazioni che hanno spinto le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale sono "aumentare il benessere organizzativo" (per il 23% del campione), "migliorare la relazione tra azienda e dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%. I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grandissima maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Carenti purtroppo sia l'esistenza di un "documento di impegno" sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti), sia un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione). com/fus marco.fusi@mfdowjones.it (fine) MF-DJ NEWS 18:16 02 dic 2015

I siti Web di Class Editori

Milano Finanza	ItaliaOggi	Class Life	MFfashion.it	MFUI	Global Finance
ClassHorse.TV	RadioClassica	Fashion Summit	Classpubblicità'	Guide di Class	

Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione propri e di terze parti per le sue funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

Accetto

CORRIERE DELLA SERA / BORSA

HOME **CORRIERE TV** ECONOMIA SPORT LA LETTURA SCUOLA SPETTACOLI SALUTE SCIENZE INNOVAZIONE TECH MOTORI VIAGGI CASA CUCINA IODONNA 27ORA MODA

Corriere della Sera > Economia e Finanza > Comunicati > Comunicati

BORSA ITALIANA MERCATI INTERNAZIONALI EUROTIX FONDI CAMBIO VALUTA **COMUNICATI** STRUMENTI

Comunicati
Italia

Comunicati
estero

AZIONI/FONDI



Premio Assiteca: 8 le aziende vincitrici per il Welfare

MILANO (MF-DJ) - Sono 8 le aziende premiate da Assiteca, broker assicurativo italiano quotato all'Aim, per l'edizione 2015 (la sesta) del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato, quest'anno, al Welfare in azienda. Si tratta di Zetaservice (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest; Actionaid (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria Pmi del Nord-Ovest; COOP Adriatica (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; Gima (assemblaggio e confezionamento) per le Pmi del Nord-Est; Telecom I. (Media e Tlc) per il Centro; Gruppo CMS (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) e Masmec (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI e Neomobile (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio). In occasione del Premio, ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano ha condotto una survey approfondita sul tema del Welfare in azienda, intervistando le 231 imprese che hanno concorso. La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% come "ostile" (così così, pessima) e per il restante 52% "amichevole" (discreta, buona e propositiva). Le principali motivazioni che hanno spinto le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale sono "aumentare il benessere organizzativo" (per il 23% del campione), "migliorare la relazione tra azienda e dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Altri fattori (sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, ecc.) sono dispersi tra il 3% e il 7%. I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grandissima maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Carenti purtroppo sia l'esistenza di un "documento di impegno" sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti), sia un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione). com/fus
marco.fusi@mfedowjones.it (fine) MF-DJ NEWS 0218:16 dic 2015

02/12/2015 18:16

CORRIERE DELLA SERA

Gazzetta | Corriere Mobile | El Mundo | Marca | RCS Mediagroup | Fondazione Corriere | Fondazione Cutuli
Copyright 2015 © RCS Mediagroup S.p.a. Tutti i diritti sono riservati | Per la pubblicità: RCS MediaGroup S.p.A. - Dir. Communication Solutions
RCS MediaGroup S.p.A. - Direzione Media Sede legale: via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano | Capitale sociale: Euro 475.134.602,10
Codice Fiscale, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano n.12086540155 | R.E.A. di Milano: 1524326

Servizi | Scrivi | Cookie policy e privacy | Codici Sconto



Hamburg Declaration

PASSAPAROLA

COSA DICE IL PAESE

36% si sente

ACCEDI

Premio Assiteca: 8 le aziende vincitrici per il Welfare

02 dicembre 2015 18.16

MILANO (MF-DJ)--Sono 8 le aziende premiate da Assiteca, broker assicurativo italiano quotato all'Aim, per l'edizione 2015 (la sesta) del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicata quest'anno, al Welfare in azienda.

Si tratta di Zetaservice (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest; Actionaid (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria Pmi del Nord-Ovest; COOP Adriatica (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est; Gima (assemblaggio e confezionamento) per le Pmi del Nord-Est; Telecom I. (Media e Tlc) per il Centro; Gruppo CMS (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) e Masmec (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI e Neomobile (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio).

In occasione del Premio, ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano ha condotto una survey approfondita sul tema del Welfare in azienda, intervistando le 231 imprese che hanno concorso.

La situazione italiana delle aziende in tema di welfare aziendale è percepita per il 48% come "ostile" (così così, pessima) e per il restante 52% "amichevole" (discreta, buona e propositiva).

Informativa

Questo sito o gli strumenti terzi da questo utilizzati si avvalgono di cookie necessari al funzionamento ed utili alle finalità illustrate nella cookie policy. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie, consulta la [cookie policy](#).
Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina, cliccando su un link o proseguendo la navigazione in altra maniera, acconsenti all'uso dei cookie.

Documenti Cifre Sondaggi Appalti Eventi

Economia Impresa Tecnologia Video Download Blog

Home » Economia » Lavoro » Welfare aziendale: i servizi in Italia

PMI.it / Speciali Mondo del Lavoro > Welfare

Welfare aziendale: i servizi in Italia

f 0 in 0 t 0 & 0



Le politiche di welfare che riscuotono il più largo consenso: i risultati della ricerca che per la prima volta affronta aspetti inediti dei benefit concessi ai dipendenti, a partire dalle percezioni sul welfare.

Francesca Vinciarelli - 3 dicembre 2015



Sul podio delle agevolazioni preferite dai lavoratori in tema di **welfare** aziendale troviamo i servizi sanitari (da quelli infermieristici al dentista), il food (mense, bar aziendali, ticket), i servizi alla famiglia (asili nido, borse di studio, badanti, congedi parentali) e quelli assicurativi e bancari (rimborsi, convenzioni, coperture assicurative). Lo conferma indagine sul Welfare aziendale, a cura di ASAM – [Assiteca](#) e propedeutica all'assegnazione del Premio alle 8 aziende vincitrici.

=> [Legge di Stabilità: bonus produttività e welfare aziendale](#)

Dall'indagine è emerso che le **piattaforme**

Speciali

NISSAN

Nissan Fleet - Veicoli commerciali per ogni esigenza di business

sistemi
Professione Informatica

SISTEMI integrati per Professionisti e PMI

BPER:
Banca

BPERESTERO - Nuovi confini per il tuo business



Flotte aziendali - Sponsored by BMW

CREDI IMPRESA FUTURO
Banca MPS

Finanziamenti per le aziende

Segui PMI.it sugli altri canali online



tecnologiche non sono ancora molto utilizzate, la situazione legata alle **risorse** da destinare al welfare aziendale ancora precaria, le **metriche** inesistenti, molte delle soluzioni organizzative in termini di funzioni e di organici risultano scarni, le motivazioni e i beneficiari assai differenti, i programmi dichiarati e formalmente esistenti molto esigui, i **sistemi di comunicazione interna** ancora da sviluppare.

=> **Welfare aziendale: i benefit sul**

podio

In **Italia** la situazione del welfare aziendale è percepito per il 48% come “ostile” (così così, pessima) e per il restante 52% “amichevole” (discreta, buona e propositiva). A spingere le aziende ad attuare politiche di welfare aziendale è soprattutto la volontà di:

- aumentare il benessere organizzativo (23%);
- migliorare la relazione tra azienda e dipendenti (17%);
- fidelizzare i dipendenti (14%);
- altri fattori come sgravi fiscali, riduzione assenteismo, miglioramento della reputazione aziendale, etc. sono dispersi tra il 3% e il 7%.


Nell'86% dei casi le imprese destinano le politiche di welfare aziendale a tutti i dipendenti, ma solo il 26% ha redatto un “**documento di impegno**” sul welfare con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva manageriale, mentre il 42% ha redatto un piano di comunicazione interna.

=> **Welfare: il decalogo del benessere sul lavoro**

L'indagine ha visto coinvolte 231 aziende, di cui il 68% PMI e il 32% GI. Ad essere premiate da [Assiteca](#) sono state:

- ZETASERVICE (paghe e contributi), per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest;
- ACTIONAID (Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti), per la categoria PMI del Nord-Ovest;
- COOP Adriatica (grande distribuzione) per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est;
- GIMA (assemblaggio e confezionamento) per le PMI del Nord-Est; TELECOM ITALIA (Media e Tlc) per il Centro;
- Gruppo CMS (costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi);
- MASMEC (tecnologie di precisione, robotica, mecatronica, biomedicale) per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI;
- NEOMOBILE (mobile commerce) per la categoria Community (cioè aziende segnalate sul sito dedicato al Premio).

Se vuoi aggiornamenti su **WELFARE AZIENDALE: I SERVIZI IN ITALIA** inserisci la tua e-mail nel box qui sotto:



Sì No
Ho letto e acconsento l'[informativa sulla privacy](#)

Sì No
Acconsento al trattamento dei dati personali di cui al punto 3 dell'[informativa sulla privacy](#)

Iscriviti

Leggi tutto su: [Welfare aziendale](#)



News Locali
 Informazione regionale per imprese: finanziamenti, bandi, opportunità di lavoro da enti locali e camere di commercio per PMI, Srl e start-up innovative.

Blog PMI.it

Ammortizzatori sociali: nuove indennità per lavoratori dei call center

Nuovi ammortizzatori sociali per i lavoratori del settore dei call center. A prevederlo è il decret...

[Tutti i Blog PMI.it](#)

Download

Scadenario pro

Tool per la gestione dei principali movimenti monetari aziendali

[Tutti i Download](#)

Focus editoriali di PMI.it



Legge di Stabilità 2016
 Testo e analisi della **Legge di Stabilità 2016** (ex-Finanziaria): guida completa e notizie in tempo reale




IMU e TASI 2015
 Guida completa alla **tassazione sugli immobili** dopo l'abolizione dell'IMU sulla prima casa, **novità e approfondimenti**.



Assunzioni agevolate
 Gli interventi di Governo e Regioni per le **assunzioni agevolate**: come accedere a contributi e incentivi e far ripartire il mondo del lavoro.



Jobs Act
Assunzioni, licenziamenti, contratti e Decreti attuativi dopo la Riforma del Mercato del Lavoro Fornero: le novità del Jobs Act di Matteo Renzi.



Esodati
 Il punto sul destino dei lavoratori rimasti senza stipendio né pensione con la Riforma delle Pensioni: novità, approfondimenti e proposte.

Comunicato stampa

Welfare aziendale: a Coop Adriatica e Gima Bologna il premio Assiteca 2015

Comunicato - [Inserito Da Fabio Santillo](#) · 3 Dicembre 2015

Consiglia 1

COOP Adriatica e GIMA sono tra le imprese "bolognesi" vincitrici della VI^A edizione del **Premio Assiteca** "La gestione del rischio nelle imprese italiane" dedicato quest'anno al **Welfare in azienda** e la cui cerimonia di premiazione si è tenuta l'1 dicembre a Milano.

Riconoscimento unico in Italia promosso da Assiteca, il più grande broker assicurativo italiano, quotato sul mercato AIM Italia di Borsa Italiana, il Premio ha riscosso anche quest'anno notevole interesse coinvolgendo nel progetto di ricerca a cura di ASAM - Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, ben **231 imprese**.

Coop Adriatica è stata premiata perché il suo portale "+Xte" è divenuto rapidamente un esempio di eccellenza per tutte le realtà che hanno deciso di crescere investendo nel welfare aziendale. Il modello, oggetto di numerose tesi universitarie, è basato sull'intero spettro dei pilastri del welfare: conciliazione tempi di vita/lavoro- persona- famiglia- risparmio- partecipazione.

GIMA è stata premiata per il suo progetto "Easy Take Away", nato dal confronto tra azienda e rappresentanze sindacali in risposta alle esigenze espresse dai dipendenti, che rappresenta un caso di successo che, attraverso un servizio di ristorazione take away serale, supporta i tempi di conciliazione casa - lavoro e riduce al contempo gli sprechi della mensa aziendale. Un bell'esempio di ascolto e risposta concreta.

Tra le aziende vincitrici tre hanno sede in Emilia Romagna, due ciascuno in Lombardia e nel Lazio, e una in Puglia. Nella categoria NORD OVEST tra le Grandi Imprese è stata premiata ZETASERVICE Srl (Milano, paghe e contributi) mentre tra le Piccole Medie Imprese ACTIONAID International Italia Onlus (Milano, Onlus, lotta alla povertà e promozione diritti). Nella categoria NORD EST hanno trionfato COOP Adriatica Scarl (Villanova di Castenaso - BO, grande distribuzione) tra le Grandi Imprese e GIMA Spa (Zola Predosa - BO, assemblaggio e confezionamento) tra le Piccole Medie Imprese. Nel CENTRO si è imposta TELECOM ITALIA (Roma, Media e TLC) tra le Grandi Imprese. Nella categoria IMPRESE FAMILIARI per le Grandi Imprese ha vinto Gruppo CMS Spa (Marano sul Panaro - MO, costruzioni meccaniche e lavorazione conto terzi) mentre per le Piccole Medie Imprese è stata premiata MASMEC Spa (Modugno - BA, tecnologie di precisione, robotica, meccatronica, biomedicale). Nell'elenco dei vincitori è stata inserita anche NEOMOBILE Spa (Roma, mobile commerce) all'interno della categoria COMMUNITY.

Coop Adriatica di Villanova di Castenaso è una delle 9 grandi cooperative di consumo del sistema Coop, e come tale aderisce all'ANCC della Lega Nazionale delle Cooperative e Mutue e al consorzio cooperativo Coop Italia. Coop Adriatica ha 191 punti vendita in cui nel 2014 lavoravano 9.414 dipendenti e ha chiuso il bilancio con 2,1 miliardi fatturato.

GIMA di Zola Predosa vanta una lunga esperienza nel settore dell'assemblaggio e del confezionamento per le industrie alimentare, dolciaria, farmaceutica e delle bevande. La sua produzione comprende confezionatrici di caffè in dose singola per capsule termoformate, capsule a iniezione e "flow pack", soluzioni di confezionamento di tipi di packaging con astucciatrici di media ed alta velocità.

Nota - Questo comunicato è stato pubblicato integralmente come contributo esterno. Questo contenuto non è pertanto un articolo prodotto dalla redazione di BolognaToday

BOLOGNATODAY

PRESENTAZIONE
REGISTRATI
PRIVACY

INVIARE CONTENUTI
HELP
CONDIZIONI GENERALI

[LA TUA PUBBLICITÀ SU BOLOGNATODAY](#)

CANALI

HOME
CRONACA
SPORT
POLITICA
ECONOMIA
LAVORO

EVENTI
RECENSIONI
SEGNALAZIONI
FOTO
VIDEO
PERSONE

ALTRI SITI

FORLITODAY
RAVENNATODAY
CESENATODAY
MODENATODAY
PARMATODAY
[TUTTE >](#)

SEGUICI SU**SEGUICI VIA MOBILE**

Questo sito utilizza cookie di funzionalità e cookie analitici, anche di terze parti, per raccogliere informazioni sull'utilizzo del Sito Internet da parte degli utenti. Se vuoi saperne di più o per opporvi alla registrazione dei cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner o accedendo a un qualunque elemento sottostante del sito acconsenti all'uso dei cookie. [ACCETTA](#)



Venerdì 04 Dicembre 2015

Direttore Responsabile: **Gildo Campesato**

DIGITAL	PA DIGITALE	TLC	IT WORLD MEDIA	E-PAYMENT SMART	CLOUD PROTAGONISTI	JOB & SKILL ICT&LAW	TECH ZONE	E-HEALTH PUNTI DI	START UP	L'EUROPA CHE VERRA'
---------	-------------	-----	----------------	-----------------	--------------------	---------------------	-----------	-------------------	----------	---------------------

HOME » **DIGITAL** » Telecom campione di welfare: "Inclusione e benefit per valorizzare il capitale umano"

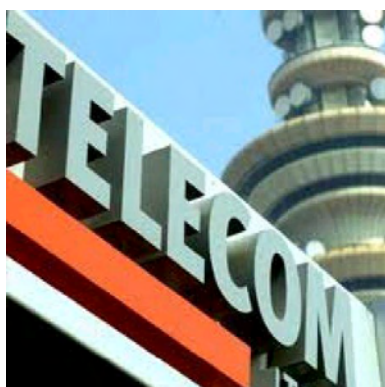
cerca nel sito

LAVORO

Telecom campione di welfare: "Inclusione e benefit per valorizzare il capitale umano"

Sistemi di bilanciamento vita-lavoro, servizi e vantaggi per i dipendenti, formazione e iniziative di solidarietà. La crescente attenzione verso i dipendenti è stata anche premiata da [Assiteca](#). Cardamone, responsabile Caring & communication: "Benessere chiave per migliorare la qualità del lavoro"

di [Andrea Frollà](#)



"Le persone sono la nostra forza. Vogliamo, per questo, essere un'azienda inclusiva, capace di prendersi cura delle sue persone migliorando la qualità globale del vivere e la qualità del lavoro". Francesco Cardamone, responsabile People caring & communication di Telecom Italia, spiega così la motivazione che ha spinto la telco nel corso degli anni a consolidare il proprio modello di welfare aziendale.

Un sistema recentemente premiato da [Assiteca](#), che ha inserito la compagnia tra i "Welfare Champions", ossia tra le imprese italiane che hanno sviluppato alla compagnia modelli virtuosi in grado di valorizzare al meglio il capitale

umano. Proprio la motivazione data per l'assegnazione del premio evidenzia l'impegno dell'azienda nel promuovere il "caring" tra i dipendenti.

"Per Telecom Italia le persone sono la forza dell'Azienda, un asset intangibile ma di estremo valore - spiega il broker assicurativo che quest'anno ha focalizzato il premio sul tema "Welfare in azienda: pratiche e modelli vincenti" -. Una dimostrazione dell'inclusività dell'impresa, capace di prendersi cura delle proprie persone, migliorando la qualità globale del loro vivere e del loro lavoro, attraverso una serie significativa di benefit ed opportunità".

Il riconoscimento premia dunque il programma di welfare di Telecom, che negli ultimi anni ha ampliato gli ambiti coinvolti, aziendali e non. Il bilanciamento vita-lavoro, basato sull'ottimizzazione dei tempi di percorrenza casa-ufficio, su servizi in sede per disbrigo pratiche o servizi e smart-working. I servizi per le famiglie e la persona e le iniziative per il benessere e la salute: i 21 asili nido, i 40 soggiorni organizzati per oltre 7.300 ragazzi soggiorni estivi, le attività d'istruzione, e i rimborsi e le campagne Assilt. Ma anche le attività di formazione, guidate da Telecom Italia Factory, e le iniziative legate alla solidarietà, come gli eventi "Porte Aperte", "Christians Day", donazioni di sangue e banchetti di solidarietà.

"Abbiamo sviluppato e consolidato negli anni un grande patrimonio di caring, welfare e di politiche di inclusione che realizziamo per il benessere delle persone e la promozione di un positivo clima aziendale - sottolinea Cardamone -. Siamo all'avanguardia nei programmi che riguardano il

Ultimo Numero

Archivio giornale



Top of the week

- TERRORISMO**
Anonymous avverte l'I: "Siamo vicini ai vostri padroni"
- APP**
Novità su Whatsapp: ecco la stellina dei preferiti per i "messaggi importanti"
- LO STUDIO**
Industria 4.0: servono 76mila specialisti, ma mancano gli skills
- ULTRABROADBAND**
Internet a 300 Mb: Tim lancia la fibra "super"
- LAVORO**
Call center, Assocontact e sindacati contro la gara Poste: "Violato il contratto nazionale"
- PIATTAFORME DIGITALI**
Sicilia nel caos, blackout informatico per il secondo giorno
- L'INTERVISTA**
Banda ultralarga, Grieco: "Aperti a tutti, Telecom è la benvenuta"
- M2M BAROMETER**
Vodafone, parla italiano la rivoluzione Internet of Things
- IL CASO**
Zuckerberg donerà il 99% delle azioni Facebook. Filantropia o strategia fiscale?
- LA MANOVRA**
E-payment, addio commissioni fino ai 5 euro

benessere in azienda. Questo nonostante le dimensioni, la capillarità geografica, il numero di sedi, l'estensione dei suoi ambiti di business, la vastità delle competenze presenti al suo interno che ne fanno un vero e proprio ecosistema".

©RIPRODUZIONE RISERVATA

04 Dicembre 2015

TAG: [telecom](#), [italia](#), [welfare](#), [azienda](#), [premio](#), [assiteca](#), [lavoro](#), [casa](#), [ufficio](#), [figli](#), [asilo](#), [formazione](#), [solidarietà](#), [benessere](#), [salute](#), [solidarietà](#), [cardamone](#), [programmi](#), [sedi](#), [business](#)

ARTICOLI CORRELATI



DIGITAL SINGLE MARKET

Contenuti digitali: geoblocking e portabilità tra contratti e diritti proprietari



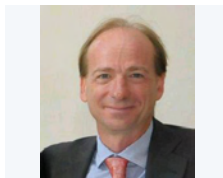
LA DECISIONE

Poste Italiane, ok della Ue agli aiuti di stato per il servizio universale



LA SENTENZA

Copyright, il regolamento Agcom resta in piedi



STRATEGIE

Sap, sarà il software il cuore dell'Internet of Things



MERCATO

Toshiba, Fujitsu e Vaio verso un merge?

RICERCHE

Appalti Pubblici, misurare la reputazione dei fornitori. Una chimera, un rischio o un'opportunità?

AZIENDE

Huawei Italia premia i suoi dieci migliori partner

RICERCHE

Innovazione: professionisti IT poco convinti sul reale impegno delle proprie aziende

GOVERNANCE E STRATEGIA

Sicurezza ICT: c'è ancora differenza tra Safety e Security? Il significato in 6 punti

« < Agenda > »

	LUN	MAR	MER	GIO	VEN	SAB	DOM
Dicembre 2015		1	2	3	4	5	6
	7	8	9	10	11	12	13
	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30	31			

2 4 agenda digitale agenzia italia digitale almaviva andrea biraghi anna pia sassano clausole sociali consip dina ravera fabio vaccaroni fabrizio giulianini gina nierrigroupon goods global gmbh italtel o pirotto labriola portugal telecom r ricetta elettronica scorporo rete telecom italia sirti smart working telecom italia vimpelcom vincenzo novari vodafone win32trojandownloadloaderwauchos wind z 3

COR.COM
 IL GIORNALE DELL'ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER
 DEL CORRIERE DELLE COMUNICAZIONI

REGISTRATI

LEGGI IL

COR.COM
 IL GIORNALE DELL'ECONOMIA DIGITALE E DELL'INNOVAZIONE

SCARICA L'APP PER IL TUO SMARTPHONE O TABLET

Available on the App Store | ANDROID APP ON Google play

Comments

Nickname

E-mail

* L'indirizzo e-mail non verrà visualizzato

Titolo del commento

Testo del commento

Non sono un robot



reCAPTCHA
 Privacy - Termini

Invia

Nessun commento



CONTRORADIO
sempre sul pezzo.

CERCA

Cerca nel sito



iscriviti alla Newsletter!

NOI SAPPIAMO COSA MANGIA. E TU SAI COSA MANGI.



09/12/2015

« Indietro

L'impresa barese "Masmec" vince il premio nazionale Assiteca 2015

Miglior modello aziendale basato sul benessere dei dipendenti

L'azienda barese Masmec tra le otto vincitrici del premio nazionale Assiteca 2015, dedicato quest'anno al "Welfare in azienda". Unica del sud Italia ad essere insignita per la categoria PMI familiari, Masmec ha presentato il miglior progetto in tema di valorizzazione delle risorse umane. Il riconoscimento è stato assegnato qualche giorno fa a Milano ed è stato preceduto da un'indagine condotta da ASAM della Cattolica di Milano (Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali) volta all'individuazione dei "modelli welfare" vincenti. Per l'azienda, che realizza prodotti di automazione industriale, le risorse vanno gestite in modo semplice, come farebbe un contadino; creare condizioni favorevoli permette la crescita dall'interno e verso l'esterno. Il progetto s'intitola "Il valore che crea valore" ed ha richiesto anche il supporto della facoltà di Psicologia dell'Università di Bari.

di Lucia Schiraldi



 Condividi |   



PSICOLOGIA E RISORSE UMANE

[COMMENTA](#)[STAMPA](#)[RICEVI VIA MAIL](#)[LEGGI VIA FEED](#)

I campioni del welfare

Le aziende che hanno fatto del welfare un loro obiettivo e cosa apprezzano i dipendenti.

La sesta edizione del premio **Premio Assiteca, La gestione del rischio nelle imprese italiane**, rivela anche quest'anno quali sono le aziende capaci di sviluppare un welfare apprezzato dai dipendenti.

[=> Vai al welfare per il successo](#)

I premi sono suddivisi per zone geografiche. Nel dettaglio per la categoria Grandi Imprese del Nord-Ovest si è aggiudicata il premio **Zetaservice**, **Actionaid** ha invece vinto nella categoria PMI del Nord-Ovest, a **COOP Adriatica** è andato il premio per la categoria Grandi Imprese del Nord-Est, **Gima** per le PMI del Nord-Est, **Telecom Italia** per il Centro, **Gruppo CMS** e **Masmec** per la categoria aziende familiari, rispettivamente Grandi e PMI e infine **Neomobile** per la categoria Community.

[=> Leggi il welfare per i talenti](#)

In occasione del premio inoltre è stato realizzato uno studio il cui scopo è quello di avere un panorama dettagliato del mondo del welfare. Le 231 imprese coinvolte da **ASAM**, Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano, hanno svelato che i benefici considerati più rilevanti dai dipendenti risultano essere la **sanità**, i servizi legati al **cibo**, quali mensa, distributori di bevande o ticket, i servizi per la **famiglia**, dagli asili nido ai congedi parentali, per citarne solo alcuni e le **agevolazioni assicurativo bancarie**. Di minor impatto wellness, assistenza amministrativa, mobilità e tempo libero.

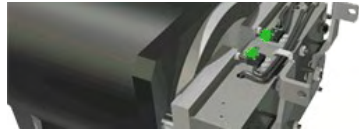
[=> Scopri il welfare privato](#)

La situazione appare dunque abbastanza positiva, eppure i dipendenti lamentano l'assenza di un **documento di impegno** che renda pubbliche le intenzioni dell'azienda. Solo il 26% delle imprese dichiara di aver redatto tale documento. Altre critiche riguardano lo scarso utilizzo di piattaforme tecnologiche, una situazione budgetaria molto precaria e poco sviluppi di un sistema di comunicazione interna.



Servo valvole proporzionali digitali
L'eccellenza in dinamica e precisione
Serie LRWD - LRPD
CAMOZZI

Affidabilità & Tecnologia
22 - 23 Aprile 2015, Torino
Stand D24 - E23, Padiglione 9
HEXAGON METROLOGY



freni di sicurezza

KNOW HOW 4.0
SCOPRI DI PIÙ

Jens Lehmann,
ambasciatore SCHUNK
dal 2010.
SCHUNK

Home > Mercato > Masmec, welfare da premio

[f Condividi](#) [f Mi piace](#) [Tweet](#) [Pin it](#) [G+1](#) [in Condividi](#)

Publicato il 23 dicembre 2015

Premio **Assiteca** 2015 assegnato a **Masmec**, riconoscimento al welfare conferito a 8 aziende italiane contraddistintesi per le pratiche volte al benessere dei dipendenti, promosso in partnership con L'Impresa-Gruppo 24 Ore. L'assegnazione del premio a Masmec, impresa di Bari che produce sistemi di automazione industriale nei settori automotive e biomedicale, è stata decisa a seguito dell'indagine condotta da Asam - Associazione per gli Studi aziendali e manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.



Questa la motivazione che ha portato alla decisione: "Masmec fa proprio il pensiero del contadino che gestisce le sue risorse in modo semplice, per creare le condizioni favorevoli per la crescita. Su questo concetto si fonda il progetto 'Il valore che crea valore', nato con il supporto della facoltà di Psicologia dell'Università degli studi di Bari, e in grado di offrire ai dipendenti un ambiente in cui crescere ed essere valorizzati". Masmec si è classificata prima nella categoria PMI familiari.

Iscriviti alle newsletter »

Asam **Assiteca** automazione Bari biomedicale Gruppo 24 Ore imprese familiari
industria automotive Masmec pmi familiari premio università cattolica di milano welfare

[f Condividi](#) [f Mi piace](#) [Tweet](#) [Pin it](#) [G+1](#) [in Condividi](#)



Da una piccola officina all'odierna avanguardia nelle tecniche di serraggio e presa, verso le future sfide dell'automazione. La storia e il futuro di questa impresa raccontata dalla terza generazione. [Clicca qui per leggere l'articolo](#)

Ricerca articoli, notizie... Cerca

VIDEO

Iscriviti alle newsletter »

Per la tua pubblicità »

MEGADYNE

echo **ENG!**
echo **LAB**
echo **control!**

AUTOMAZIONE ULTRA VELOCE
TEMPI DI RISPOSTA DI 1µS

reACTION TECHNOLOGY PERFECTION IN AUTOMATION
www.bi-automation.com

Racer3

Precisione e velocità
incontrano bellezza
e passione

CONSULENZA SU MARCATURA CE

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie

"Un'inchiesta giornalistica è la paziente fatica di portare alla luce i fatti, di mostrarli nella loro forza incoercibile e nella loro durezza. Il buon giornalismo sa che i fatti non sono mai al sicuro nelle mani del potere e se ne fa custode nell'interesse dell'opinione pubblica"

Giuseppe D'Avanzo

R'E LE INCHIESTE

SE AL WELFARE CI PENSA L'AZIENDA



Asili nido, polizze sanitarie, ore di permessi per assistere i genitori, sostegno allo studio dei figli: mentre lo Stato riduce sempre più l'aiuto alle famiglie, un numero crescente di imprese stringe accordi per offrire ai lavoratori forme alternative di retribuzione. Una tendenza che il governo vuole incentivare attraverso gli sgravi fiscali introdotti nella Legge di Stabilità. Ma che mette in difficoltà i sindacati, divisi tra la necessità di migliorare le condizioni dei loro iscritti e il timore che i servizi pubblici possano essere ulteriormente penalizzati

di MICHELE BOCCI e LUIGI DELL'OLIO. Video di MARCO BETTAZZI e FRANCESCA RUSSI. Con un commento di PAOLO GRISERI

21 gennaio 2016

[Asili e sanità, così l'azienda si fa Stato](#)

[Permessi e psicologo nel miglior accordo 2015](#)

["Prima il benessere degli operai", Pmi diventa modello](#)

[Con gli sconti fiscali il governo spera nel boom](#)

ARCHIVIO

[Tutte le inchieste e i protagonisti](#)

LE VOSTRE INCHIESTE

Segnalate le questioni che ritenete meritevoli d'indagine giornalistica

levostreinchieste@repubblica.it

La Cgil: "Integrare il pubblico, non sostituirlo"

"Una soluzione per tutti, per questo funziona"

Ma con la mutua Fiat c'era anche un progetto

Asili e sanità, così l'azienda si fa Stato

di *LUIGI DELL'OLIO*

MILANO - All'inizio fu il carrello della spesa. Poi sono arrivati i buoni per lo studio dei figli, la copertura per le spese mediche e le convenzioni per l'acquisto degli elettrodomestici. Se da una parte la coperta del welfare pubblico si fa sempre più corta per le necessità imposte dall'austerità, dall'altra un numero crescente di aziende interviene per colmare questa lacuna, attraverso misure di integrazione al reddito di tipo non monetario. Un approccio che mira a rafforzare la fidelizzazione, ridurre la conflittualità e aumentare la produttività dei dipendenti, senza dimenticare la convenienza sul fronte fiscale.

Dal campo estivo alla spesa alimentare. "L'ultima iniziativa in ordine di tempo alla quale ho aderito è il summer camp per i figli più piccoli dei dipendenti: due settimane al mare, con animazione, corsi sportivi e pratica della lingua inglese", racconta Erica Torres, addetta nel settore logistico di Luxottica, quattro figli. "Iniziativa di questo tipo riducono la distanza tra i vertici aziendali e il personale, contribuendo a creare un clima familiare". Il colosso dell'occhialeria è stato tra i pionieri del welfare aziendale in Italia. Un percorso partito nel 2009 con il carrello della spesa da 110 euro di valore (poi saliti a 125), contenente pasta, olio, caffè, parmigiano e altri prodotti alimentari. Era l'inizio della grande crisi internazionale, che ancora oggi stenta a essere del tutto superata. Negli anni si sono affiancate altre misure come l'orientamento scolastico e i tirocini formativi per i familiari, il microcredito di solidarietà per i dipendenti che faticano ad accedere ai prestiti bancari, l'assicurazione sanitaria, i programmi di condivisione dell'auto tra colleghi per gli spostamenti casa-lavoro, fino alla colf aziendale, a disposizione tre giorni a settimana per servizi che vanno dalla tintoria alla calzoleria, dalla sartoria all'espletamento di pratiche amministrative, compreso il ritiro degli esami medici.

Orari flessibili per aiutare la famiglia. "Ci muove la cultura della responsabilità verso le persone, che sono un fattore determinante per il successo di questo gruppo", racconta Alessandro Cavalet, referente dei programmi di welfare di Luxottica. "Iniziativa come queste aumentano il senso di appartenenza all'azienda, la qualità del lavoro e il benessere delle persone, che in questo modo si sentono maggiormente coinvolte nelle strategie di crescita dell'impresa". Raffaella Giordano, che lavora nell'amministrazione di Piteco (società di software e consulenza), racconta: "Come madre di due bambini ho beneficiato del part-time per qualche anno e di telelavoro per alcuni mesi. Questo combinato con iniziative sempre attive come convenzioni con società che si occupano di trasporti. Misure molto utili in questa fase di crisi". Paolo Virenti, amministratore delegato della società, ricorda che "le prime iniziative di flessibilità negli orari di lavoro sono partite quando in Italia il welfare aziendale era quasi uno sconosciuto e nel tempo si sono strutturate anche in collaborazione con società specializzate

in questo ambito. Il risultato è un turnover bassissimo in un comparto come il nostro, nel quale la qualità delle risorse umane rappresenta l'asset principale".

RE LE INCHIESTE

Motivazioni che hanno spinto ad attuare politiche di welfare aziendale (valori %)



Fonte: ASAM

C'è anche chi ha pensato al bricolage. Anche altre aziende si sono mosse in questa direzione. Come il colosso della chimica Basf, che finanzia l'acquisto di libri scolastici per i figli, con somme che variano in base al percorso di studi (l'assegno è più consistente per chi va all'università rispetto a scuole medie e superiori), e garantisce permessi retribuiti per i dipendenti che tornano a studiare. Mentre l'azienda del lusso Bottega Veneta garantisce un voucher per l'acquisto di servizi come la palestra, la lavanderia e il take away. Vodafone ha optato per un pacchetto modulabile in base alle esigenze dei singoli, che va dallo *smart working* (con il lavoro svolto che viene valutato in virtù dei risultati raggiunti anziché in relazione alle ore di presenza in ufficio) alla possibilità di utilizzare parte della retribuzione variabile direttamente in servizi, come il servizio di "sos casa" per risolvere le piccole incombenze domestiche (falegname, elettricista, idraulico). Il pacchetto messo a punto da Nestlé prevede, tra le altre cose, aree dedicate ai figli dei lavoratori nei periodi estivi e di vacanza, asili nido aziendali e un patto siglato con i sindacati per l'elasticità degli orari di ufficio e le opportunità di telelavoro.

Piccole imprese crescono. La presenza di una struttura organizzativa dedicata alle risorse umane è fondamentale per realizzare iniziative di welfare. Questo spiega perché a farvi ricorso sono soprattutto le grandi aziende, ma la situazione è in evoluzione. Il premio [Assiteca](#) 2015, dedicato proprio alle eccellenze in questo campo, ha registrato un 70% di candidature (230 in tutto) provenienti da realtà di piccole o medie dimensioni, cioè con un fatturato inferiore ai 50 milioni di euro. Un dato significativo per un paese come il nostro in cui le Pmi costituiscono il 95% del totale. "Lo scenario è in evoluzione perché le realtà più piccole hanno trovato il modo per aggirare gli ostacoli, spesso consorziandosi e facendo rete tra loro o facendosi supportare dalle associazioni territoriali", spiega Alessia Maggiani, direttore divisione employee benefits di [Assiteca](#).

Meno assenze e immagine migliore. Il sondaggio condotto tra le aziende

aderenti ha rivelato che le principali motivazioni alla base delle di welfare aziendale sono "aumentare il benessere organizzativo" (per il 23% del campione), "migliorare la relazione tra azienda e dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Altri fattori (come sgravi fiscali, riduzione assenteismo e miglioramento della reputazione aziendale) si fermano tra il 3% e il 7%. I beneficiari delle politiche di welfare aziendale risultano essere in grande maggioranza (86%) tutti i dipendenti. Non manca qualche criticità: gli autori del report lamentano infatti la scarsa diffusione dei "documenti di impegno", con un programma dichiarato da parte di chi governa e gestisce questa leva (redatto solo dal 26% delle imprese rispondenti) e di un piano di comunicazione interna (presente solo per il 42% del campione).

Lo stipendio non è tutto. Il decollo del welfare aziendale si spiega alla luce della convenienza sia per l'azienda che per il personale. Secondo una ricerca realizzata dall'*Economist* in collaborazione con Towers Watson, oltre la metà delle aziende europee ritiene che le maggiori criticità da affrontare entro il 2020 nell'ambito delle politiche retributive riguardino l'adeguamento dell'offerta di benefit all'evoluzione della forza lavoro, la flessibilità del luogo e degli orari di lavoro e l'introduzione di piani di vantaggi personalizzabili. Chi adotta queste misure punta ad accrescere la soddisfazione e quindi la fedeltà e la produttività dei dipendenti. "Il mercato del lavoro è nel pieno di un processo di cambiamento: la conflittualità tra le parti tipica degli anni Settanta e di un modello economico basato soprattutto sulla forza dell'industria ha lasciato il posto all'avanzata dei servizi e al desiderio di collaborazione tra le parti", spiega Edoardo Venturini, group senior leader di Sodexo, multinazionale specializzata nella fornitura di servizi per la qualità della vita. "Per altro - aggiunge - non va dimenticata la convenienza economica di queste misure rispetto all'aumento dello stipendio".

Secondo l'esempio elaborato da Tower Watson, mentre un compenso maggiorato di mille euro all'anno porta nelle tasche del dipendente medio appena 513 euro (vanno infatti considerate le trattenute Irpef e i contributi previdenziali), un analogo assegno staccato dall'azienda per la frequenza dell'asilo nido porta benefici effettivi per tutti i mille euro. Di pari passo l'azienda risparmia e non deve fare i conti con i contributi previdenziali e la quota di accantonamento del Tfr.

Ore libere e buoni studio, ecco il miglior welfare aziendale del 2015



 Condividi

Permessi e psicologo nel miglior accordo 2015

di MARCO BETTAZZI

BOLOGNA - Permessi speciali per assistere familiari in caso di bisogno (senza distinzione tra coppie etero e omosessuali), buoni libro e borse per gli studi dei figli, sconti su spesa e visite mediche, prestiti concessi da una commissione paritetica formata da azienda e sindacati. Il tutto gestito attraverso un portale online, "+Xte", da cui i dipendenti possono seguire autonomamente le pratiche e che è diventato oggetto di studio di varie tesi universitarie. È questo in sintesi il progetto welfare riservato ai circa 9mila dipendenti di Coop Adriatica, premiato recentemente nel corso della sesta edizione del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane", dedicato quest'anno al tema del welfare aziendale.

Firmato a fine 2013, l'accordo "+Xte" ha appena completato due anni di attività e ora si studia il suo allargamento alla nuova realtà, Coop Alleanza 3.0, nata dalla maxi-fusione fra Coop Adriatica, Coop Estense e Coop Nordest.

Nel corso del 2015, spiega l'azienda, sono stati concessi 355 congedi o aspettative per assistere parenti, 130 agevolazioni sui turni di lavoro, 77mila euro di prestiti a fondo perduto per dipendenti in stato di bisogno economico e 355 prestiti a tasso agevolato. Ma anche 51 borse di studio per gli studi universitari dei figli, 103 borse da 400 euro per gli studenti di scuole superiori e oltre 3mila ore di voucher servizi per usufruire di servizi di assistenza alla persona, sostegno scolastico e supporto psicologico, oltre a 5.264 ore di permesso per gravi motivi di salute personale o di familiari. Sul fronte del risparmio invece i dipendenti hanno acquistato 1.219 biglietti scontati per cinema, teatri e parchi, 7.180 libri con lo sconto del 10% nelle librerie Coop, mentre 828 persone hanno usufruito del 20% di sconto negli studi dentistici "i.denticoop".

"Prima il benessere degli operai", così una Pmi di Bari è diventata un modello



 Condividi

Con gli sconti fiscali il governo spera nel boom

di *LUIGI DELL'OLIO*

ROMA - Il favore del legislatore verso la diffusione del welfare aziendale è evidente nelle misure introdotte con la Legge di Stabilità 2016, che sancisce l'esenzione dall'Irpef per l'utilizzazione di opere e servizi (concessi dal datore di lavoro per specifiche finalità di educazione, istruzione, ricreazione, assistenza sociale e sanitaria o culto), messi a disposizione della generalità dei dipendenti o di categorie di dipendenti (compresi i familiari), anche se previsti da disposizione di contratto, accordo o regolamento aziendale. Quindi, se in passato l'esenzione era concessa solo alle misure introdotte unilateralmente dal datore di lavoro, ora vengono incentivati anche gli accordi tra azienda e rappresentanze aziendali dei lavoratori per favorire i "pagamenti in natura", in modo da superare le resistenze delle sigle sindacali (che temono di essere disintermediate).

È il caso del voucher per i servizi alla persona, "uno strumento che ha dimostrato di funzionare bene in molti Paesi europei", ricorda Andrea Keller, amministratore delegato di Edenred Italia (gruppo che ha inventato i buoni ticket restaurant). "In particolare, in Francia il voucher è uno strumento di remunerazione molto diffuso per i servizi di cura, baby sitting e assistenza familiare nell'ambito degli accordi di welfare privato. Questo dispositivo ha portato benefici diffusi: aumento del potere d'acquisto dei dipendenti, ottimizzazione dei costi per le aziende, emersione del lavoro nero nell'ambito del lavoro domestico, incentivo del lavoro femminile e delle politiche di *work-life balance*, maggiori entrate per lo Stato".

Attese e ticket, così la polizza fa gola

di MICHELE BOCCI

ROMA - Ticket alti e liste di attesa lunghe. Se la polizza sanitaria integrativa, piatto forte di gran parte degli accordi sul welfare aziendale, fa gola ai lavoratori è soprattutto per questi due motivi che insieme "espellono" dal pubblico in particolare chi non ha esenzioni, e quindi deve pagare. Quanto? Ogni Regione ha le sue regole ma per una visita si possono spendere tra i 25 ai 45 euro, per una risonanza e una tac si sale anche oltre i 70 (a seconda del reddito). Poi ci sono gli esami di laboratorio, con prezzi variabili ma mai concorrenziali. Con questi costi il privato diventa competitivo anche per chi deve pagare, figurarsi quando la spesa è coperta dal datore di lavoro. Cliniche ed istituti di analisi hanno infatti in molti casi prezzi paragonabili al ticket e quasi sempre offrono tempi di attesa molto inferiori. Ci sono poi settori dove il pubblico praticamente non esiste e il privato è caro, come l'odontoiatria, e per i quali le assicurazioni diventano decisive.

Il sistema sanitario italiano vive anni difficili, tra tentativi di razionalizzazione e fondi che non aumentano come vorrebbero le Regioni. Mentre la spesa vede un incremento, anche se minore rispetto a quello di altri Paesi europei, il fondo della sanità resta più o meno stabile. Per il 2016 doveva essere di 113,4 miliardi ma è stato portato a 111, cioè un miliardo in più degli ultimi due anni (2014 e 2015), quando era rimasto fermo.

Se si analizza il dato della spesa rispetto al Pil, nel 2013 secondo l'Ocse quella Italiana pubblica e privata rappresentava l'8,8%, molto meno di Paesi come Francia, Germania, Svezia e Olanda che stavano all'11 ma anche della Grecia, al 9,2%.

Cgil: "Integrare il pubblico, non sostituirlo"

di LUIGI DELL'OLIO

ROMA - Le iniziative di welfare aziendale hanno finora registrato una generale approvazione da parte delle rappresentanze sindacali di base, almeno nei casi in cui sono state attivate di intesa tra le parti. Lo scenario cambia, invece, se il tema viene analizzato a un livello più generale. Ne abbiamo parlato con Franco Martini, segretario confederale della Cgil con delega ai contratti.

Il welfare aziendale sta prendendo piede in Italia sull'esempio di quanto avviene già da tempo in altri paesi europei. Come valuta questo trend il principale sindacato italiano?

"Dipende dalle conseguenze. In linea di principio, non possiamo che guardare con favore a iniziative che portano benefici ai lavoratori, anche quando non si tratta di interventi di natura monetaria. Non a caso, sosteniamo gli accordi integrativi come quelli che facilitano l'accesso dei dipendenti alle prestazioni sanitarie non coperte dal servizio sanitario nazionale. È importante, tuttavia, che il welfare aziendale risulti aggiuntivo e non sostitutivo di quello pubblico. Se lo Stato riduce il suo raggio di azione, non può essere sostituito...".

Perché è pessimista?

"Si tratta solo di essere realisti. Queste iniziative riguardano inevitabilmente una platea ristretta di lavoratori, vale a dire quelli che sono impiegati all'interno di singole società. Mentre tutti gli altri ne restano esclusi. E non dimentichiamo poi i precari e i disoccupati, tagliati completamente fuori da questi benefici. Così si accentuano, anziché ridurre le sperequazioni a danno dei non garantiti".

Quindi la sua è una bocciatura delle misure introdotte a sostegno del settore dalla Legge di Stabilità?

"Nel momento in cui lo Stato decide di impiegare risorse pubbliche è importante che non privilegi solo alcuni. Se viene prevista una defiscalizzazione per gli accordi di welfare aziendale, è fondamentale che il buco che si viene a creare non venga colmato riducendo altre risorse, ad esempio quelle per la sanità pubblica".

A questo punto sembrano esservi pochi spazi per accettare la proposta di rinnovo del Ccnl presentata da Federmeccanica, che per il 2016 non prevede aumenti salariali, ma più risorse per il welfare aziendale, dall'assistenza sanitaria integrativa al 100% pagata dall'azienda ed estesa ai familiari, fino all'aumento della contribuzione datoriale per la previdenza integrativa...

"La proposta sarà oggetto di valutazione. Di sicuro c'è che il tema dei salari - che in Italia sono molto bassi - non può essere risolto solo attraverso interventi di welfare aziendale".

"Una soluzione per tutti, per questo funziona"

MILANO - La lunga stagione della crisi, l'evoluzione della società e la flessibilità dello strumento. Vittorio Moresco, partener responsabile del team di diritto del lavoro presso lo studio Hogan Lovells, identifica tre ragioni alla base della diffusione dei programmi di welfare aziendale.

Il tema è molto caldo e spesso citato dalle aziende per promuovere il proprio brand, con rischi di ricomprendere sotto lo stesso cappello iniziative diverse. Come si può definire il welfare aziendale?

"Si tratta di un sistema mediante il quale il datore di lavoro fornisce ai propri dipendenti un supporto economico e/o mette a disposizione benefits preordinati a conciliare le esigenze di vita/lavoro o, comunque, a migliorare la qualità di vita del lavoratore".

Quali le ragioni alla base della sua diffusione?

"Innanzitutto la situazione di crisi economica di questi ultimi anni, che ha favorito una maggiore attenzione da parte del datore di lavoro ai bisogni economici del proprio personale".

Ragioni congiunturali che potrebbero venir meno con la ripresa?

"No. Vanno considerati anche i mutamenti di contesto (sociale, politico e normativo), in virtù delle quali la relazione tra datore di lavoro e lavoratore non è più limitata alla logica 'prestazione contro stipendio'. Oggi conta maggiormente la valorizzazione del lavoratore come persona e questo favorisce l'introduzione

da parte del datore di lavoro di strumenti che possono soddisfare esigenze non solo prettamente economiche, ma anche di benessere personale. La spinta del legislatore, sotto forma di una maggiore convenienza fiscale, aiuta in tal senso. Inoltre non va dimenticata la flessibilità del welfare aziendale che, riguardando una serie indefinita di strumenti, consente di trovare soluzioni adeguate per le peculiari esigenze logistiche, di composizione/età del personale, di ciascuna azienda".

Ma con la mutua Fiat c'era anche un progetto

di *PAOLO GRISERI*

TORINO- Il libretto aveva una copertina azzurra di cartone, era spesso una trentina di pagine ed era scritto inevitabilmente a mano con quelle scritte incomprensibili che fanno di un medico, anche mediocre, un sicuro luminare. Sulla copertina c'era scritto "Malf" e i caratteri erano gli stessi della grande scritta che campeggiava sulla palazzina della porta 5 di Mirafiori. Perché "Malf" non era un termine inglese. L'inglese, nella Torino degli anni Sessanta, non esisteva proprio: le canzoni dei Beatles erano una passione esotica ed era, anzi, abbastanza strano sentir parlare l'italiano. Che poi era un po' l'inglese di noi ragazzi di allora, l'unico modo per comprendersi tra piemontesi e meridionali di recente immigrazione.

Dunque la parola Malf non poteva che essere un acronimo e stava, lo sapevano tutti, per "Mutua aziendale lavoratori Fiat". In un'epoca in cui non esisteva il servizio sanitario nazionale, quella mutua era una manna. A Torino ce l'avevano praticamente tutti, tranne i ricchi e i disoccupati. Due categorie numericamente striminzite. Per noi ragazzi Malf significava visite sanitarie periodiche e, purtroppo, dentista. Si andava in palazzine dove erano concentrati tutti i medici, dai più innocui ai più pericolosi, da quello degli occhi a quello della gola e, inevitabilmente, all'uomo che curava la carie ai denti. Che faceva paura molto prima di quando si arrivava alla sua porta. Si sentiva da lontano il rumore delle cinghie di acciaio che facevano girare il trapano, il fischio stridulo della punta che scheggia il molare, il brivido nella schiena ogni volta che il fischio si faceva più acuto. Non avremmo mai pensato, allora, di definire quell'esperienza "una straordinaria opportunità offerta dal welfare aziendale". Ma in realtà era proprio così. Per noi ragazzi non c'era solo il welfare del dentista. C'era anche quello, molto più divertente e atteso, del Natale bimbi a Torino Esposizioni. Si andava con un tagliando, si faceva la fotografia con Topolino e si ritirava il pacco dono. La cosa buona era che tutto questo non riguardava solo le famiglie dei dipendenti Fiat ma anche quelle delle società collegate, come la Riv che produceva i cuscinetti a sfera per gli ingranaggi delle automobili. Per questo finiva per coinvolgere tutta la città.

Serviva tutto ciò a ridurre la conflittualità in fabbrica, a far nascere nei dipendenti un senso di riconoscenza nei confronti dell'azienda? Sì e no. A giudicare dalla folla che dodici anni fa, di questi giorni, ha gremito la rampa del Lingotto per l'ultimo saluto a Giovanni Agnelli, si direbbe che sì, quel modello di welfare ha lasciato il segno perché, in fondo, finiva per organizzare la vita sociale nella *one company town* italiana. Al punto che la stessa Fiat, quando è stato necessario, ha avuto difficoltà a liberarsene. A giudicare invece dalle scene che, dieci anni dopo i Sessanta, si sarebbero viste davanti ai cancelli della Fiat, con i picchetti, gli scioperi, il blocco dei 35 giorni, viene

da dire che un buon welfare, da solo, non basta a creare consenso. Innanzitutto per le dimensioni che in un corpo sociale contano molto. Torino raddoppiò in quindici anni passando da 500 mila a oltre un milione di abitanti. Era senza una organizzazione, interi quartieri erano stati lasciati crescere senza servizi. Ci volle un sindaco comunista per portare a Mirafiori un autobus che la collegasse con il centro della città.

La lezione è che nella Torino di allora il welfare privato non avrebbe mai potuto sostituire quello pubblico. Ciò che stava succedendo invece in quegli stessi anni nell'Ivrea di Adriano Olivetti: città di dimensioni assai più ridotte con un welfare aziendale che produceva una comunità mentre quello degli Agnelli aveva prodotto una efficientissima organizzazione.

Quale rapporto ha la storia di quel welfare aziendale vissuto nel boom economico negli anni Sessanta con gli esperimenti di oggi? È facile vedere le differenze. Quello di cinquant'anni fa era un welfare che informava di sé il territorio, era uno strumento che finiva per dare alle città i ritmi della loro azienda di riferimento. Insomma, era una grande operazione di progettazione sociale e, inevitabilmente, anche di propaganda in un mondo ideologicamente diviso. Il welfare aziendale di oggi parla solo ai suoi dipendenti, rimane dentro il perimetro della ditta, che spesso non esiste, è addirittura immateriale, senza cancelli. È una sorta di patto di mutuo soccorso tra l'azienda e i suoi dipendenti: io ti dò dei servizi e così pago meno tasse (attenti al welfare che taglia i contributi pensionistici). È però, non di rado, un sistema più laico, meno ideologico di un tempo, che non mette in gioco, se non saltuariamente, i concetti di fedeltà aziendale. Oggi non ce ne sarebbe bisogno: nell'era post-ideologica la fedeltà all'azienda è data per scontata, viaggiamo tutti sulla stessa barca e remiamo tutti contro la stessa concorrenza.

Soprattutto, a distanza di cinquant'anni, quello che davvero è cambiato per i ragazzi che usufruiscono oggi delle cure mediche aziendali (non tutto, oggi come allora, è fornito dal servizio sanitario pubblico) è la qualità della strumentazione medica: senza la cinghia che fa girare il trapano del dentista, anche la palazzina della Malf ci sarebbe oggi più simpatica.



STRATEGIE



WELFARE AZIENDALE. Lo stato dell'arte in Italia messo a fuoco dal Premio [Assiteca](#) 2015

Una sfida per il management

Dotarsi di una chiara strategia integrata di welfare, corredata da un budget e usufruibile attraverso piattaforme tecnologiche avanzate sarà sempre più un fattore di competitività per le aziende

di Marco Todarello

C'era una volta il welfare dei Falck, degli Olivetti, con le biblioteche aziendali e le colonie per bambini, in quell'Italia del boom dove in ogni città del triangolo industriale un progetto di sviluppo economico era anche un progetto di costruzione sociale. A ogni fabbrica corrispondeva un modello di società, e in quelle primordia-

li forme di welfare aziendale c'era sempre un forte legame con il territorio, mentre il welfare pubblico si consolidava sostenuto da un'economia di Stato in crescita costante. Oggi che lo Stato nel sociale latita, vuoi per i tagli imposti da Bruxelles vuoi per una mutata cultura politica, le aziende ne fanno le veci con contributi in aggiunta alla retribuzione monetaria, consistenti in benefit di vario tipo

STRATEGIE



destinati a conciliare al meglio vita privata e professionale. Dagli asili aziendali ai buoni scolastici per i figli dei dipendenti, fino al microcredito agevolato per chi non ha accesso ai prestiti bancari e ai centri di fitness, il welfare aziendale è sempre più diffuso nelle imprese italiane. Rispetto a quello degli anni '50 e '60 è un welfare che guarda al dipendente in modo personale, non collettivo, e profondamente legato all'azienda e al suo brand.

Obiettivo fidelizzazione

«Il primo obiettivo dei programmi di welfare aziendale è rafforzare la fidelizzazione del dipendente – spiega il professore **Claudio Devecchi**, presidente e direttore scientifico di Asam (Associazione per gli studi aziendali

e manageriali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore) – per non perdere i talenti ma anche chi lavora bene ed è integrato nel tessuto aziendale, nonché per i neoassunti e contribuire allo spirito di gruppo. È utile anche a ridurre la conflittualità, perché i benefit servono a creare un clima gradevole, nel quale gli umori sono più temperati».

Con l'Asam, in occasione del tradizionale Premio annuale di **Assiteca**, dedicato nel 2015 a “La gestione del rischio nelle imprese italiane”, Devecchi ha condotto una ricerca su un campione di 231 aziende (il 68% Pmi e il 32% Grandi imprese). Per il 23% delle aziende, la principale motivazione che le ha indotte ad attuare politiche di welfare aziendale è “aumentare il benessere organizzativo”. Altri motivi sono “migliorare la relazione tra azienda e

La voce delle best practice

«Da donna, mamma e imprenditrice tengo molto al fatto che Zeta Service sia prima di tutto un'azienda a misura di essere umano, dal momento che è qui che i collaboratori passano la maggior parte del tempo e mettono a frutto le loro competenze e passioni». Così **Silvia Bolzoni**, fondatrice e amministratore unico di Zeta Service, sintetizza il pensiero che c'è alla base della politica aziendale sul welfare. Un'impostazione che mette al centro la persona, necessaria perché probabilmente non bastano i principi di produttività e benessere a produrre un welfare aziendale sano ed efficace.

Come individuare i bisogni

Zeta Service – che fornisce servizi di paghe e amministrazione del personale in outsourcing – è una delle otto aziende premiate da **Assiteca** per l'eccellenza dei programmi di welfare (le altre sono **ActionAid**, **Coop Adriatica**, **Gima**, **Telecom Italia**, **Gruppo Cms**, **Masmec** e **Neomobile**), e le sue iniziative in ambito sociale sono frutto di analisi demografiche della popolazione aziendale e di sondaggi sul tasso di gradimento dei benefit aziendali. Per individuare i bisogni più urgenti, l'azienda chiede periodicamente

nuovi suggerimenti ai dipendenti. «Il bilanciamento di vita professionale e vita privata è fondamentale – spiega Bolzoni – e spesso non sono necessari grandi budget, che però incidono molto sulla gestione del tempo». Tra i servizi offerti c'è l'abbonamento annuale alla rete dei mezzi pubblici, corsi di inglese, varie attività sportive e visite mediche, realizzabili negli uffici aziendali.

Misure utili alle famiglie

Particolarmente attenta alle esigenze familiari è **Gima**, azienda del gruppo Ima produttrice di macchine per il confezionamento nelle industrie alimentare e farmaceutica, che oltre a riconoscere una percentuale di contratti part-time superiore alla cifra contemplata dal Ccnl, offre tre mesi aggiuntivi di aspettativa post-partum e 4 giorni di permesso retribuito nei casi di infermità di un familiare. In questo momento di crescita generale del welfare aziendale, anche iniziative non prioritarie possono essere considerate importanti, ed è il caso del progetto “Easy take away”, con cui Gima propone ai dipendenti, previa prenotazione al mattino, di una cena da asporto per la famiglia, nel rispetto degli standard qualitativi della mensa aziendale e a costi molto bassi (1 euro

per un primo piatto, 1 euro per un secondo e 50 centesimi per un contorno). In seguito al successo dell'iniziativa, l'ufficio Risorse Umane ha deciso di renderla più strutturata e prorogarla a tempo indeterminato.

Cosa offrire ai Millennials

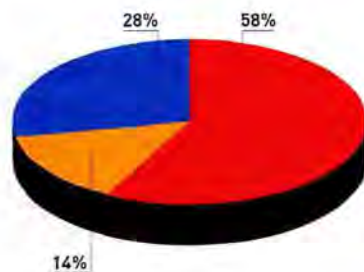
Il valore del welfare aziendale non diminuisce nel caso di aziende con una età media molto bassa: lo dimostra il caso di **Neomobile**, fornitrice di servizi di mobile payment e mobile commerce, dove l'età media è 31 anni. «Il nostro pacchetto benefit spazia su tre dimensioni dell'equilibrio vita-lavoro: vita, denaro, tempo – spiega **Flavia Scura**, Hr communication & Engagement specialist di Neomobile –; abbiamo voluto assecondare le specificità dei nostri dipendenti, la generazione dei lavoratori del nuovo millennio, fornendo elementi di coinvolgimento ludico anche sul posto di lavoro, come l'associazione sportiva aziendale o la presenza in ufficio di contesti di gioco e socialità».

Oltre ai vari benefit classici, l'azienda romana infatti propone diversivi come tornei sportivi o la country rotation, grazie alla quale i dipendenti, a turno, possono lavorare per un periodo in uno dei 12 uffici che la società ha in vari paesi del mondo, e così arricchire le loro competenze e condividere il know-how e il loro valore aggiunto con i colleghi stranieri.



STRATEGIE

Definizioni di welfare che le aziende sentono più vicine alla loro realtà (valori %)



Fonte: ASAM

- Insieme di azioni volte allo sviluppo dei risultati dell'impresa attraverso un'articolata gamma di strumenti finalizzati al miglioramento del clima interno, del benessere organizzativo e del singolo lavoratore
- Utilizzo di strumenti di remunerazione alternativi a quelli più tradizionali per ridurre il divario tra costo aziendale e il reale potere d'acquisto trasferito al dipendente
- Strumenti e servizi di natura non monetaria, ma tangibili, che l'azienda mette a disposizione dei propri dipendenti

Motivazioni che hanno spinto ad attuare politiche di welfare aziendale (valori %)



Fonte: ASAM

Tutti i vincitori del Premio Assiteca 2015

CATEGORIA	AZIENDA
Nord Ovest Grandi Imprese	Zeta Service Srl
Nord Ovest Pmi	Actionaid International Italia Onlus
Nord Est Grandi Imprese	Coop Adriatica Scarl
Nord Est Pmi	Gima Spa
Centro Grandi Imprese	Telecom Italia
Familiari Grandi Imprese	Gruppo Cms Spa
Familiari Pmi	Masmec Spa
Community	Neomobile Spa

Per maggiori informazioni: www.premioassiteca.it

dipendenti" (17%) e "fidelizzare i dipendenti" (14%). Tra il 3% e il 7% ritroviamo altri fattori come sgravi fiscali, riduzione dell'assenteismo e miglioramento della reputazione aziendale.

«Io propendo per la tesi del welfare aziendale come sistema integrativo a quello pubblico, che comunque non è da buttare – sottolinea Devecchi –, ma si può essere restrittivi e sostenere che il welfare aziendale è la risposta privata a un welfare pubblico carente. Non solo carente ma non allineato ai nuovi bisogni dei lavoratori».

I servizi più apprezzati

Nuovi bisogni e nuove comodità, come ad esempio il "maggior-domo aziendale" offerto da Zeta Service, che è tra le aziende premiate da Assiteca, al quale il dipendente può affidare durante l'orario di lavoro le proprie commissioni postali, o le consegne in lavanderia, o ancora richiedere presso l'azienda il ritiro e la consegna dell'auto per servizi di manutenzione. Tuttavia i benefit preferiti restano quelli nell'ambito della famiglia, come il telelavoro per favorire i part time post maternità o il rimborso delle rette scolastiche. Ad esempio Coop Adriatica, un'altra delle aziende premiate per l'efficienza dei propri servizi di welfare, mette a disposizione dei lavoratori 2.000 ore di voucher per usufruire gratuitamente di servizi quali sostegno scolastico, supporto psicologico e baby sitting.

E, insieme alla famiglia, sono la sanità, l'assicurativo-bancario e il food i settori che nella ricerca di Asam vanno a comporre il 73% del consenso degli intervistati.

Assicurazioni sanitarie ed estensione alle famiglie di dentista e consultori, l'ampliamento e il miglioramento dei servizi mensa, nursery e congedi parentali, rimborsi su mutui e prestiti e convenzioni con banche e assicurazioni sono solo alcuni dei servizi che compongono il mosaico del welfare aziendale di oggi, e che sono la base

STRATEGIE



per lo sviluppo di quello di domani.

La leva fiscale, motivo di discordia

Questi sistemi servono, in parte, ad aumentare la produttività dei dipendenti (anche se solo il 7% del campione ritiene determinante questo aspetto), e oggi bisogna anche considerarne la convenienza a livello fiscale: la legge di stabilità infatti introduce misure di defiscalizzazione alle aziende che stipulano accordi di welfare aziendale.

Una mossa che non è piaciuta ai sindacati, che fanno notare come questi interventi lascino fuori i disoccupati e soprattutto l'ampia schiera di lavoratori autonomi, aumentando le diseguaglianze, oltre al fatto che le risorse per questo provvedimento potrebbero essere sottratte ad importanti servizi pubblici.

Budget e tecnologia, punti critici

Quello delle risorse è un tema dolente, anche se si guarda a quelle che le aziende, nel complesso, dedicano al welfare: nonostante la crescita delle iniziative registrata negli ultimi anni, il 69% dichiara di non avere un budget dedicato.

«Sulla gestione delle risorse c'è molto fai da te – spiega Devecchi – e qui abbiamo notato una grande differenza tra le family business e le altre imprese: nelle prime a occuparsi del welfare è ancora il titolare, o un suo delegato che non decide, ma semplicemente esegue; le seconde invece sono più evolute perché hanno messo sul welfare figure professionalmente dedicate, come l'HR manager. Nelle imprese familiari, che hanno meno risorse, si tende a guardare al welfare aziendale solo in termini di costi, un approccio comprensibile ma fuorviante: infatti il clima aziendale, e gli effetti positivi che la sua corretta gestione ha sulla produttività dell'azienda, non può essere misurato in euro».

In questo senso, come si evince dalla ricerca, è doveroso ricordare che i

La spinta della legge di stabilità

di Tiziano Treu

Archiviato il 2015 come l'anno del Jobs Act, la Legge di Stabilità inaugura il 2016 con significative novità anche in materia di lavoro e di contrattazione collettiva. Le norme in materia di contrattazione collettiva sono innovative, perché intervengono in una materia finora priva di regole legislative e favoriscono un uso virtuoso della contrattazione decentrata che è, o può essere, il motore dell'innovazione delle Relazioni Industriali.

Quattro novità che faranno la differenza

Le novità della Legge di Stabilità in materia sono quattro: 1) ripristino degli incentivi fiscali ai premi di produttività; 2) estensione degli incentivi alle forme di partecipazione agli utili; 3) vantaggi fiscali rafforzati qualora le parti prevedano il coinvolgimento dei lavoratori, in particolare con comitati paritetici, nell'organizzazione del lavoro; 4) valorizzazione del welfare aziendale.

Sul primo punto è importante che – a differenza di quanto è stato per lo più finora – i premi siano basati su criteri oggettivi e legati effettivamente al contributo dei lavoratori al buon andamento dell'azienda: cioè è importante che siano veramente "premi" utili. Il secondo e il terzo punto valorizzano per la prima volta in modo concreto – con incentivi fiscali – la partecipazione dei lavoratori nell'azienda. Il sostegno fiscale

è condizionato dal fatto che i premi e il profit sharing siano erogati in esecuzione di contratti collettivi aziendali o territoriali stipulati dai sindacati comparativamente più rappresentativi o dalle loro rappresentanze aziendali. La condizione è importante perché costituisce un forte incentivo al decentramento contrattuale e a sviluppare buone relazioni negoziali fra le parti.

Cosa cambia in tema di welfare aziendale

La Legge di Stabilità dà inoltre uno stimolo importante allo sviluppo del welfare aziendale, rendendolo più conveniente e di più facile accesso. Infatti ha modificato due condizioni fra le più critiche della vecchia normativa del Tuir che ne hanno ritardato finora lo sviluppo. Anzitutto, ha definitivamente superato le disposizioni del Tuir che ponevano la volontarietà come condizione per l'attribuzione del beneficio fiscale alle spese relative a opere e servizi utilizzabili dalla generalità dei dipendenti o categorie di essi sostenute per specifiche finalità di educazione, istruzione, ricreazione, assistenza sanitaria o di culto (deducibili dall'impresa nei limiti del



Tiziano Treu



STRATEGIE

5 per mille). Tale previsione era in contrasto con la tendenza sostenuta dallo stesso legislatore di privilegiare la regolazione contrattuale dei rapporti di lavoro. La nuova normativa non solo elimina la condizione della volontarietà, ma conferma un trattamento fiscale privilegiato per le misure di welfare contrattate, in quanto le spese dell'azienda per queste misure sono deducibili integralmente e non solo nei limiti del 5 per mille come sono le spese di liberalità.

In secondo luogo, la Legge di Stabilità ha ampliato le modalità sia di finanziamento sia di erogazione dei servizi di welfare. Da una parte, ha superato gli orientamenti dell'Agenda delle entrate che ostavano all'utilizzo delle risorse dedicate ai premi di produttività per finanziare le misure di welfare, sia pure a favore di una fascia definita di beneficiari (quelli con reddito fino a 50mila euro annui).

Più scelta per il lavoratore

Questa previsione amplia le possibilità di scelta del lavoratore che può preferire di ricevere servizi di welfare piuttosto che compensi in denaro. I primi possono avere per sé e per la loro famiglia un maggiore valore di uso dei secondi, e oltretutto sono fiscalmente più convenienti.

La scelta fra questi diversi istituti richiederà attente valutazioni delle parti, che dovranno comparare la convenienza economica immediata, cioè il risparmio di costi che è maggiore per il welfare, e le convenienze relative al complessivo andamento aziendale e alle strategie delle stesse parti. La nuova normativa sancisce anche la possibilità di ricomprendere nei vantaggi fiscali l'erogazione tramite voucher di tutte le misure di welfare previste dalla legge. Questo orientamento si giustifica per un motivo sistematico, cioè per il fatto che tale modalità di erogazione non può essere motivo di disparità di trattamento, trattandosi di uno strumento per la realizzazione degli obiettivi di welfare. Se questi obiet-

tivi sono meritevoli in sé, la qualità dello strumento non deve essere rilevante. Per di più, lo strumento del voucher, per la sua utilizzazione pratica e per la sua tracciabilità, che dovrà essere debitamente regolata in rapporto agli utenti e ai fornitori di servizi, permette una diffusione e una standardizzazione del servizio. Il riconoscimento della validità dello strumento darebbe un contributo significativo allo sviluppo del welfare soprattutto nelle forme dei servizi alle persone e quindi contribuirebbe al rafforzamento di una mercato di qualità di quei servizi da noi ancora iniziale. Il che permetterebbe anche di compensare le perdite di gettito possibili in fase di avvio, di cui si preoccupa comprensibilmente l'autorità fiscale.

Importante individuare le priorità

L'importanza di questa normativa è confermata dal rinnovato interesse per i benefit aziendali che ha suscitato dalle parti sociali, sia sindacati sia associazioni imprenditoriali. E l'effetto è già riscontrabile in una accelerata diffusione del welfare fra le aziende, specie medio-grandi. Per questo sarà importante individuare le priorità dove indirizzare le risorse, tenendo conto delle diverse situazioni di bisogno e dei diversi cicli di vita, dall'infanzia all'età anziana. Alcuni istituti di welfare possono contribuire positivamente all'*active ageing*, che è un'esigenza sempre più urgente non solo nel nostro Paese. A questo fine sono utili non solo i servizi di cura, ma interventi sull'organizzazione del lavoro e sugli orari flessibili e sul part time nonché in generale tutti quegli di interventi che possono migliorare la qualità della vita, dalla prevenzione della salute, allo sport e a una buona dieta.

sistemi di fringe benefit funzionano bene nelle aziende che hanno un conto economico chiaramente positivo.

Anche riguardo alla diffusione della tecnologia la situazione non è delle migliori: la stragrande maggioranza delle imprese rispondenti (87%) ha dichiarato di non usufruire né di accedere al programma welfare utilizzando strumenti informatici, mentre il restante 13% ha scelto programmi affidati in outsourcing.

La differenza tra aziende familiari e non

Di lavoro da fare ce n'è ancora molto, ma il sentiero è già tracciato e non c'è bisogno di andare a studiare i sistemi delle aziende scandinave, che nel settore sono ancora il faro di riferimento, perché anche in Italia i casi di eccellenza non mancano. Si sta creando un benchmark, come il Premio Assiteca ha dimostrato, ed è il caso di tenerne conto.

Lo studio di Asam ha infine indagato anche il *sentiment* delle aziende rispetto al welfare aziendale e anche le aspettative del management sul tema, necessarie per avere uno sguardo cosciente sul futuro.

«Nella grandi aziende non familiari, dove vige una cultura non padronale – precisa Devecchi – c'è una maturità manageriale sulla gestione del personale, e quindi il welfare è un punto indiscutibile, necessario per rendere felici i propri dipendenti. Dove invece vige per lo più una cultura padronale, nelle family business, il welfare è visto come un ingrediente importante per mantenere la buona convivenza tra dipendente e proprietà».

E il futuro? In prospettiva, il welfare aziendale lancia al management una sfida, che è quella di anticipare, cogliere quali saranno i nuovi bisogni dei dipendenti da qui i prossimi vent'anni. «Sarà più competitivo chi riuscirà ad individuare quali saranno gli elementi di benessere e prosperità più richiesti, come organizzarli e come proporli nei programmi di welfare», conclude Devecchi.



Contrattazione integrativa. Otto imprese su dieci hanno dichiarato di aver tenuto conto dei bisogni dei dipendenti sulla base di survey

Il business del benessere aziendale

In crescita del 38,2% le aziende che hanno dichiarato di avere programmi di welfare

Francesco Prisco

■ Cresce la sensibilità al welfare nella contrattazione di secondo livello. E le imprese, nella scelta dei servizi da erogare al personale, appaiono sempre più propense a coinvolgere i dipendenti. Ma cosa cercano le aziende che intraprendono questa strada? La risposta è molteplice: c'è chi punta ad aumentare il benessere organizzativo e chi a migliorare la relazione tra azienda e dipendenti, c'è chi al tempo stesso punta a fidelizzare i lavoratori.

Lo rivelano tre recenti indagini che sono andate a scandagliare il complesso e, per certi versi, ancora inesplorato mondo del cosiddetto "welfare 2.0". Il Rapporto Welfare 2015 di OD&M Consulting, società specializzata di Hr consulting di Gi Group, sul versante B2B ha per esempio ascoltato la voce di un campione di 112 imprese e, su quello B2C, più di 300 addetti appartenenti a diverse tipologie di aziende. Per scoprire che le imprese che dichiarano di aver inserito un piano welfare nella contrattazione integrativa di secondo livello risultano in crescita (38,2% del campione) rispetto al dato del 2014 (29 per cento). Sulla scelta dei servizi fornire, poi, circa otto aziende su dieci hanno tenuto conto dei bisogni dei dipendenti attraverso una survey, un focus

group o un'analisi sociodemografica. La scelta dei servizi è comunque stata effettuata anche considerando l'opportunità di contenimento dei costi, attraverso la preferenza di servizi che possono essere defiscalizzati. Quanto alla tipologia dei servizi implementati dalla maggior parte delle imprese, le aree spaziano dalla ristorazione (89,1% delle aziende), alla cosiddetta "gestione del tempo" (servizi come banca ore, flessibilità in entrata e

IPACCHETTI

La tipologia dei servizi più diffusa vede in testa la ristorazione, poi le misure

per la gestione del tempo infine l'assistenza uscita, job sharing e telelavoro, scelti dal 78,2% del campione), passando per assistenza sanitaria e previdenza (74,5% delle aziende). Più della metà delle aziende che hanno implementato il proprio piano di welfare ha colto poi l'importanza di "differenziare", creando panieri di servizi per gruppi di popolazioni omogenee. La percentuale di aziende che ha scelto di offrire panieri differenziati è in crescita rispetto all'anno precedente. Il 52% del campione lascia infatti a tutti gli addetti la possibilità di scelta dei servizi più adatti alle proprie esigenze, mentre negli altri casi la possibilità di scelta viene offerta solo ad alcuni gruppi della popolazione aziendale. I dati in questione vanno a integrarsi con quelli di un'altra recente ricerca, realizzata da Luca Pesenti, docente di Organizzazioni sociali e welfare plurale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, e promossa da Welfare Company, provider di servizi di welfare aziendale di QUI! Group. Uno studio secondo il quale le aziende che hanno implementato da alcuni anni i piani di welfare, hanno aumentato il numero dei servizi di welfare aziendale (il 52% del campione contempla oltre sei misure a disposizione dei Dipendenti e delle loro famiglie). Sulla scelta dei servizi da erogare interviene anche uno studio che Asam, Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano, ha condotto su un campione di 231 imprese in occasione della sesta edizione del Premio Assiteca "La gestione del rischio nelle imprese italiane", dedicata a fine anno scorso proprio al tema del welfare aziendale (si veda pezzo a fianco). Fra gli "oggetti" rilevanti del welfare, e dunque fra le aree agevolate, il 73% del consenso degli intervistati va nei confronti di un "pacchetto" composto da sanità, food, famiglia e assicurativo-ban-

cario. Ancillari (tra il 5% e il 7%) risultano gli altri quattro oggetti: wellness, assistenza amministrativa, mobilità, tempo libero. Quali sono state le principali azioni intraprese dalle aziende del campione per realizzare le politiche di welfare? Ai primi posti sono state votate (al 17%) la somministrazione di un questionario per individuare i bisogni e le aspettative dei lavoratori e la proposta di soluzioni flessibili e diversificate per il miglioramento personale, familiare e della sicurezza futura. Seguono subito dopo altre tre azioni (tra il 15% e il 13%): confronto e condivisione con aziende appartenenti a medesime organizzazioni di settore; individuazione dei bisogni primari delle famiglie di operai e impiegati per integrare con politiche di welfare aziendale i salari più bassi; creazione di opportunità per maggiori sinergie tra management e impiegati. Pochi agiscono sia sulla richiesta di una consulenza esterna (10%) che di una valutazione dell'impatto e dei feedback delle politiche di welfare aziendale già attuate (11%). Percorsi di questo tipo sarebbero stati agevolati, tra l'altro, da un budget dedicato e da una metrica del Roi per il welfare.

In proposito le aziende del campione hanno risposto nel 69% dei casi di non avere un budget predisposto al welfare aziendale, nel 31% di averlo. Quanto alle aziende dotate di budget, l'ammontare disponibile è per il 44% tra 10 e 50 mila euro, per il 20% tra 0 e 10 mila euro, quindi il 64% ha un intervallo di spesa che va da 0 a 50 mila euro, il 15% oltre i 250 mila euro, il 13% tra i 100 e i 250 mila euro e solo l'8% tra i 50 e i 100 mila euro. Pochissimi (8%) misurano il Roi. Eppure è tra gli strumenti che offrono il feedback migliore. Una ricerca interessante, questa di Asam, anche perché si sofferma sul contesto che incontra chi intraprende la strada del welfare aziendale. La situazione è percepita per il 48% del campione come "ostile" (così così o pessima)

e per il restante 52% “amichevole” (discreta, buona e propositiva). I termini fondamentali che spiegano queste percezioni e che si traggono dall'analisi dei “perché” sono: cultura, fisco, crisi. Mentre le percezioni positive/amichevoli si fondano su parole chiave come diffusione transizionale (del tipo: “siamo sulla buona strada”), consapevolezza (propensione alla valorizzazione del capitale umano), comportamenti imitativi (conoscenza e apprezzamento delle eccellenze).

 @MrPriscus

LA RICERCA

38,2%

L'adesione

Le aziende che nel 2015 dichiarano di aver inserito un piano welfare nella contrattazione integrativa di secondo livello son il 38,2%. Nell'anno precedente il dato era del 29%.

52%

La possibilità di scelta

La percentuale di imprese che ha lasciato a tutti gli addetti la possibilità di scelta dei servizi più adatti alle proprie esigenze.

73%

Pacchetto

Le imprese che nella definizione di un piano di welfare aziendale hanno optato per un “pacchetto” composto da sanità, food, famiglia e assicurativo-bancario.

48%

Il contesto

Quasi metà delle aziende considera “ostile” il contesto con cui si trova a fare i conti chi intraprende la strada del welfare aziendale.



Il quadro normativo. È stato calcolato che un dipendente potrà risparmiare fino a quasi cinquecento euro al mese

Le novità della legge di Stabilità

Dalla nuova tassazione sui benefit alla deducibilità per i servizi contrattati

■ «Benefit non assoggettati a tassazione né a contribuzione in capo al dipendente, anche se concessi in base a un contratto, accordo o regolamento aziendale (ma a determinate condizioni). Relative spese sostenute dal datore di lavoro completamente deducibili dal reddito di impresa se le opere e i servizi offerti ai lavoratori derivano da un vincolo contrattuale; parzialmente deducibili, invece, se erogati volontariamente». Mancano ancora una serie di chiarimenti normativi ma questo è lo spirito del quadro normativo in materia di welfare aziendale, dopo le ultime modifiche apportate dalla legge di Stabilità.

Un intervento importante che permetterà al welfare aziendale una maggiore e sempre più strutturata diffusione.

Ma vediamo nel dettaglio come spiega Stefano Sirocchi, dottore commercialista ed esperto del tema, (si veda *Il Sole 24 Ore* del 12 febbraio 2016). «L'articolo 51, comma 2, lettera f, del Tuir, mediante rinvio all'articolo 100, comma 1 dello stesso Testo unico, esclude dalla formazione del reddito di lavoro dipendente l'utilizzazione delle opere e dei servizi concessi ai lavoratori, a patto che gli stessi abbiano finalità di educazione, istruzione, ricreazione, assistenza sociale e sanitaria o culto. Con la legge di Stabilità 2016 sono stati esplicitamente inclusi anche i servizi di educazione offerti dalle scuole dell'infanzia, i centri estivi o invernali per i bambini, nonché l'assistenza a familiari anziani o non autosufficienti (si veda «*Il Sole 24 Ore*» del 20 gennaio)».

Chi ne potrà usufruire? «Per usufruire dell'agevolazione è inoltre necessario che i benefit siano messi a disposizione della generalità dei dipendenti o a categorie omogenee di essi, ma ne possono beneficiare anche i familiari individuati dall'articolo 12 del Tuir, anche

se fiscalmente non a carico (circolare 326/1997)».

Quali sono le novità rispetto al passato? «Anche il previgente articolo 51, comma 2, lettera f, del Tuir consentiva, prosegue Sirocchi, l'esenzione fiscale e contributiva per il dipendente alle condizioni poste dall'articolo 100, comma 1, ma per il combinato disposto delle due previsioni si richiedeva che la spesa relativa alle opere e servizi fosse sostenuta volontariamente e non in adempimento di un vincolo contrattuale. Peraltro, il rispetto dell'articolo 100 condizionava il trattamento fiscale per l'impresa, per cui i costi sostenuti dal datore di lavoro erano deducibili nei limiti del 5 per mille delle spese per lavoro dipendente. La nuova formulazione dell'articolo 51, comma 2, lettera f, in vigore dal 1° gennaio 2016, invece, consente l'esonero fiscale anche qualora l'utilizzazione dei benefit avvenga in base a un vincolo contrattuale. In questo caso si applica la disciplina generale definita dall'articolo 95 del Tuir e i costi sostenuti a monte sarebbero interamente deducibili dal reddito di impresa, visto che l'articolo 95 non pone specifiche limitazioni».

Da qui prospettive importanti, anche perché «alla luce di tali modifiche per i benefit concordati viene meno quella simmetria normativa perfetta che in precedenza legava il beneficio fiscale del dipendente alla

LA PLATEA

Per poter usufruire di vantaggi fiscali ed agevolazioni è necessario che i benefit siano a disposizione di tutti limitata deducibilità dei costi per l'impresa. Il disallineamento tra le due disposizioni a nostro avviso è possibile, non essendo presente - nell'attuale impianto normativo - un prin-

cipio generale di correlazione tra deducibilità delle spese da parte del soggetto erogante e tassabilità del reddito in capo al percettore. Questa pare anche essere la posizione del ministero dell'Economia espressa nella circolare 188/1998: «non esiste una disposizione di legge, se non per quanto riguarda i fabbricati, che stabilisca che è deducibile nella determinazione del reddito d'impresa soltanto ciò che costituisce reddito per il dipendente».

Di fatto un concreto aiuto alle famiglie italiane.

L'ammontare varia a seconda del profilo ma il risparmio netto che arriva infatti nelle tasche di un dipendente se l'azienda adotta un piano di welfare aziendale può essere stimato in, euro più euro meno, attorno ai cinquecento euro medi annui. Dai voucher per pagare l'asilo nido alle convenzioni per la spesa sanitaria, le opportunità sono in crescita.

Numeri alla mano (grazie anche a uno studio fatto qualche tempo fa da Welfare Company) è possibile stimare una simulazione di questa cifra. A cominciare dai buoni pasto che grazie alla quota esentasse, spiegano, «costituisce un vantaggio per il dipendente rispetto all'indennità mensa»: il buono pasto da solo vale 350 euro l'anno che sale a 462 se si tratta di un buono pasto elettronico. Mentre il buono regalo o carburante, essendo un fringe benefit che non concorre a formare reddito, si traduce in un risparmio di 258 euro. Solo per citare i benefit più diffusi.

E se finora, secondo una recente ricerca che Asam (Associazione per gli Studi Aziendali e Manageriali dell'Università Cattolica di Milano) ha realizzato per la sesta edizione del Premio *Assiteca* (si veda *Il Sole 24 Ore* del 14 dicembre 2015) un'azienda su due - il 52% - ha un atteggiamento positivo nei confronti di questo strumen-

to, c'è da ipotizzare che questa percentuale è destinata a crescere velocemente dopo che la legge di Stabilità.

Questo vuol dire che ad esempio i voucher per l'asilo dal 2016 oltre ad essere esentasse nel caso in cui sono previsti dai piani welfare erogati dal singolo datore di lavoro volontariamente, lo saranno anche se stabiliti dai contratti integrativi (si veda Il Sole 24 ore del 21 dicembre 2015).

Insomma uno scatto in avanti dopo anni sonnolenti, anche perché si discute di uno strumento che potrebbe coinvolgere circa 620 mila lavoratori.

Un vantaggio, ma anche un business. E così, attraverso una simulazione, si può calcolare che un dipendente con un figlio appena nato grazie a uno sconto del 10% su pannolini e latte (secondo i dati di Federconsumatori la spesa media nel primo caso è di 870 euro e di 2.600 euro nel secondo) può risparmiare 347 euro, ma anche grazie a una convenzione che gli permetta di tagliare sulle spese dentistiche, e sul tagliando auto, si può risparmiare fino a 501 euro.

Mentre per un dipendente che ha esigenze diverse, che cioè non ha figli, il risparmio

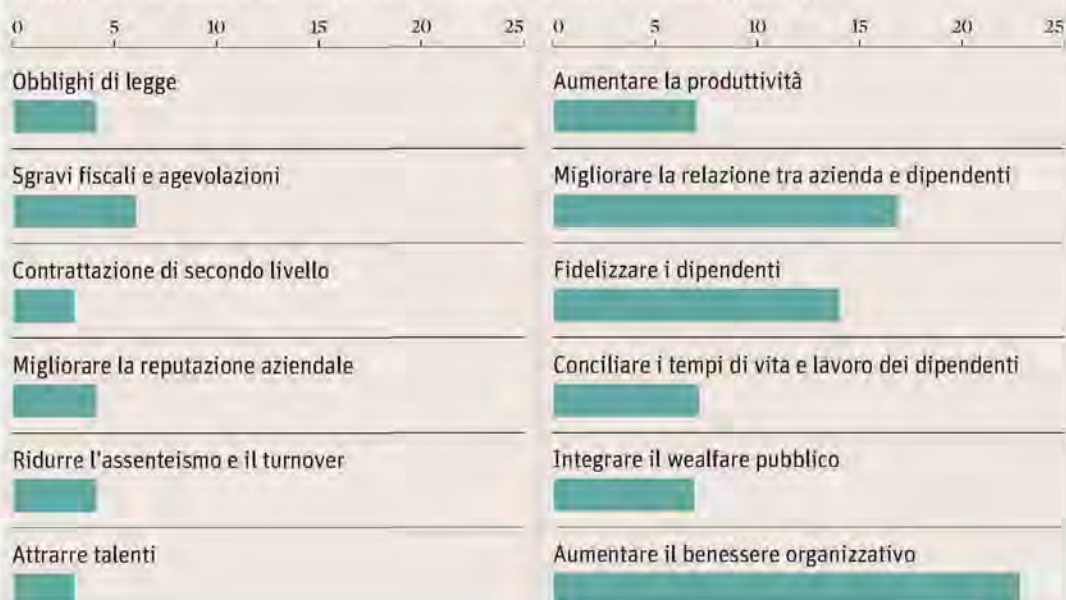
può essere spalmato ed articolato attraverso misure che riguardano il servizio di pulizie della casa, la tintoria, addirittura uno sconto per l'affitto dell'auto per il fine settimana come uno sconto per una notte a Roma per due adulti. In questo caso il risparmio può raggiungere i 581 euro.

Se invece, terzo profilo, il dipendente ha un figlio quindicenne, e il fabbisogno è più legato alla formazione, al tempo libero, alla cura della casa, allora tra sconti per i musei e servizio di pulizie, il risparmio può toccare i 309 euro.

S.U.

LA SCELTA

Motivazioni che hanno spinto ad attuare politiche di welfare aziendale (valori %)



Risparmi ed investimenti: tutti i numeri del welfare

CHI GUADAGNA DI PIÙ?

Una simulazione su tre tipologie di lavoratori

	Benefit	Risparmi in euro
1 DIPENDENTE CON FIGLIO APPENA NATO E AUTO DI PROPRIETÀ	10% di sconto per latte e pannolini	87 e 260*
	10% di sconto centro estetico	84
	25% di sconto dentista convenzionato	40
	Sconto sul tagliando auto	30
	Risparmi annui	501



2 **DIPENDENTE** **CON MOGLIE** **E SENZA FIGLI**

Domestica per 2 ore al giorno, tutti i giorni prenotando sul sito <i>Helping</i>	399
10% di sconto per tintoria con sito <i>LavOnline</i>	49
30% di sconto per affitto auto per il week end a fine settimana	54
30% di sconto per fine settimana a Roma con catena <i>Best Western</i> a fine settimana	60
Risparmi annui	581



3 **DIPENDENTE** **CON FIGLIO** **DI 10-15 ANNI**

Sabato pomeriggio al museo con buono <i>Qui cultura</i> per tre persone	12
Domestica per tre giorni a settimana, 2 ore al giorno con <i>Helping</i>	312 all'anno
Dentista (pulizia denti)	74
Risparmi annui	398



LE RISORSE INVESTITE

Classificazione dell'ammontare del budget (valori %)



I VANTAGGI

Classificazione delle agevolazioni più rilevanti per le aziende (valori %)

