

INTRODUZIONE.....	1
METODOLOGIA E CAMPIONE OSSERVATO.....	5
IL FENOMENO BENEFIT.....	8
1.1 • LA SURVEY E LE TIPOLOGIE DI BENEFIT.....	9
Aggregazione dei benefit in tipologie.....	9
Mobilità: .....	10
Assistenza e previdenza .....	10
Acquisti/finanziamenti/prestiti .....	10
Servizi professionali .....	10
Benessere e tempo libero .....	10
Famiglia .....	11
Servizi di ristorazione.....	11
Servizi di pubblica utilità (orientati al risparmio del tempo) .....	11
1.2 • SUMMARY DELLE RISPOSTE.....	12
AVVERTENZA: come si leggono i dati.....	13
1.3 • ANALISI PER TIPOLOGIA DI BENEFIT .....	14
I benefit desiderati.....	15
1.4 • DETTAGLIO DEI RISULTATI PER TIPOLOGIE DI BENEFIT .....	16
1.5 • I PACCHETTI BENEFIT .....	18
I pacchetti dirigenti.....	18
a. Il pacchetto PREMIUM .....	19
b. Il pacchetto MOBILITÀ .....	20
c. Il pacchetto ASSISTENZA .....	21
I pacchetti quadri .....	23
a. il pacchetto PLATINUM .....	24
b. il pacchetto GOLD .....	25
c. Il pacchetto SILVER .....	26
d. Il pacchetto WOOD .....	27
e. Pacchetto ASSISTENZA .....	28
1.6 • IL VALORE PERCEPITO DEL PACCHETTO BENEFIT .....	30
Dirigenti.....	30
Quadri .....	31
Impiegati.....	31
1.7 • IL PESO DEI BENEFIT NELLA SCELTA DI UN POSTO DI LAVORO.....	33
Dirigenti.....	33
Quadri .....	33
Impiegati.....	34
1.8 • LA DEFINIZIONE DEL PACCHETTO BENEFIT .....	34
1.9 • OSSERVAZIONI CONCLUSIVE .....	35
Differenze per settori.....	36
Differenze per categorie professionali .....	36
Differenze per sesso.....	36
Differenze per classe di età.....	37
IL TREND 2004-2007.....	38
2.1 CONFRONTO TRA BENEFIT PIU' DIFFUSI E PIU' DESIDERATI .....	39
2.2 • CONFRONTO TRA BENEFIT DIFFUSI E DESIDERATI: I DIRIGENTI .....	43

2.3 • CONFRONTO TRA BENEFIT DIFFUSI E DESIDERATI: I QUADRI .....	44
2.4 • CONFRONTO TRA BENEFIT DIFFUSI E DESIDERATI: GLI IMPIEGATI.....	45
L'ESPERIENZA FRANCESE .....	47
3.1 • LA SURVEY, IL CAMPIONE E LE TIPOLOGIE DI BENEFIT .....	48
Mobilità.....	49
Assistenza e previdenza.....	50
Servizi di ristorazione: .....	50
Famiglia .....	50
Benessere e tempo libero.....	50
Servizi di pubblica utilità.....	50
3.2 • SUMMARY DELLE RISPOSTE.....	51
3.3 • ANALISI PER TIPOLOGIA DI BENEFIT e CONFRONTO .....	51
I benefit posseduti .....	51
I benefit desiderati.....	52
3.4 • DETTAGLIO DEI RISULTATI PER TIPOLOGIE DI BENEFIT .....	54
3.5 • CONFRONTO TRA BENEFIT DIFFUSI E DESIDERATI: I DIRIGENTI.....	57
3.6 • CONFRONTO TRA BENEFIT DIFFUSI E DESIDERATI: I QUADRI.....	58
3.7 • IL VALORE PERCEPITO DEL PACCHETTO BENEFIT .....	60
Dirigenti.....	60
Quadri .....	61
Impiegati.....	61
3.8 • IL PESO DEI BENEFIT NELLA SCELTA DI UN POSTO DI LAVORO.....	63
Dirigenti.....	63
Quadri .....	63
Impiegati.....	64
3.9 • LA DEFINIZIONE DEL PACCHETTO BENEFIT .....	64
Dirigenti.....	65
Quadri .....	65
Impiegati .....	65
LE SCHEDE DI ANALISI.....	66
4.1 • LE SCHEDE DI ANALISI .....	67
4.2 • COME LEGGERE LE SCHEDE .....	68

	ANALISI GENERALE	INDUSTRIA E ARTIGIANATO	COMMERCIO E TURISMO	SERVIZI	CREDITO E ASSICURAZIONI	PICCOLE	MEDIE	GRANDI
Dirigenti	70	73	76	79	N/D	82	85	88
Quadri	121	124	127	130	133	136	139	142
Impiegati	178	181	184	187	190	193	196	199

	IT / SISTEMI INFORMATIVI	MARKETING E VENDITE	AMMINISTRAZIONE, FINANZA, CDG + RISORSE UMANE	PRODUZIONE, QUALITÀ MANUTENZIONE + ACQUISTI, LOGISTICA, MAGAZZINI	RICERCA E SVILUPPO, AREA TECNICA
Dirigenti	91	94	97	100	103
Quadri	145	148	151	154	157
Impiegati	202	205	208	211	214

	UOMINI	DONNE	UNDER 30	31- 40 ANNI	41- 50 ANNI	OVER 50
Dirigenti	106	109	N/D	112	115	118
Quadri	160	163	166	169	172	175
Impiegati	217	220	223	226	229	232

MASSIMIZZARE L'EFFICACIA DEI BENEFIT .....	235
5.1 • IL BENEFIT: COMPONENTE NON MONETARIA DELLA POLITICA RETRIBUTIVA .....	236
Il sistema del Welfare.....	236
Impatti legislativi e fiscali.....	236
Pressioni competitive sul mercato del lavoro.....	236
Richieste negoziali.....	236
Cambiamenti sociali e demografici .....	236
Costi crescenti .....	236
Flessibilità nella scelta .....	236
Valore percepito.....	236
Scarsità di benchmark e studi specifici .....	237
5.2 • IL PERCORSO METODOLOGICO .....	238
VALUTARE IL MERCATO E LE CONDIZIONI SOCIO-DEMOGRAFICHE.....	239
CONOSCERE I DESIDERI DEI DIPENDENTI.....	239
COLMARE I GAP CON IL MERCATO E IMPLEMENTARE NUOVI BENEFIT.....	240
COMUNICARE... ..	240
MISURARE... ..	240