

# Il premio di risultato diventa leva di business e ci guadagnano tutti

PER I LAVORATORI  
LA PRESTAZIONE NON  
CONCORRE A FORMARE  
REDDITO MENTRE  
LE IMPRESE OTTENGONO  
SGRAVI CONTRIBUTIVI  
È LA STRATEGIA  
TOTAL REWARD CHE ALLA  
FINE FA CONTENTI  
ANCHE I BILANCI

**Sibilla Di Palma**

*Milano*

**B**uoni spesa e per il carburante. Benefit che prevedono il rimborso delle spese sanitarie e di quelle per i trasporti o l'educazione dei figli. Un tempo previsto principalmente per il top management, il welfare aziendale si è oggi trasformato in un sistema integrato e più inclusivo che coinvolge anche impiegati e operai. «Fino a qualche anno fa i criteri utilizzati per l'erogazione riguardavano principalmente la categoria di inquadramento, più nello specifico quadri e dirigenti», spiega Miriam Quarti, senior consultant e responsabile dell'area reward, performance e wellbeing strategy di Od&m Consulting (Gi Group). «Mentre i benefit consistevano quasi esclusivamente nell'assistenza sanitaria integrativa e nell'utilizzo dell'auto aziendale. Oggi invece — aggiunge — l'obiettivo è rispondere ai bisogni di tutti i dipendenti, con prestazioni rivolte anche agli impiegati, agli operai e ai familiari».

Si è cioè passati da una gestione più tradizionale a un welfare aziendale inteso come strumen-

to per migliorare il benessere e la produttività dei dipendenti. Attraverso benefit che puntano soprattutto ad accrescere il potere d'acquisto eroso dopo anni di crisi. Un secondo welfare, che va a integrare quello statale, sostenendo il reddito dei lavoratori e delle loro famiglie. «L'approccio è quello del total reward con cui l'impresa punta a migliorare la performance e i risultati aziendali facendo leva su strumenti monetari e non monetari che sono percepiti dalle persone come elementi di valore nella relazione di lavoro», sottolinea Quarti.

A dare un'idea dei benefit più gettonati è il Quinto Rapporto Welfare e Secondo Rapporto Wellbeing condotto da Od&m Consulting (basato su due survey che hanno coinvolto un panel di aziende italiane e un campione di lavoratori), secondo cui in testa ci sono i servizi di ristorazione (buoni pasto, mensa aziendale, buono spesa), seguiti dall'assistenza sanitaria integrativa e dalla previdenza complementare, dai servizi rivolti a scuola e istruzione (asili infantili, borse di studio, rimborso tasse per la scuola e per baby sitter), dalle agevolazioni per la mobilità (buoni carburante, rimborso trasporti pubblici) e da iniziative per l'area ricreativa, sociale ed educativa (beauty farm, palestre, ingressi/abbonamenti a cinema, teatri o musei). Voci, queste ultime quattro, che hanno visto un incremento del 3% nella loro diffusione rispetto all'anno scorso. Tra i servizi più utilizzati seguono quelli legati alla gestione del tempo (flessibilità entra-

ta-uscita, job sharing, part-time, telelavoro). Mentre più in coda si collocano l'area assistenziale (+3%) e quelle relative a ferie e permessi, alla consulenza, ai mutui e finanziamenti (+3%), alla maternità e ai servizi assicurativi e di pubblica utilità.

Un trend in crescita grazie anche alla leva dei Contratti Collettivi Nazionali dei Lavoratori «che hanno introdotto al loro interno precise misure di welfare», sottolinea l'esperta. A fare da apripista è stato il Ccnl dei metalmeccanici che prevede l'obbligo per le aziende del settore di erogare benefit del valore annuale di 150 euro ai dipendenti assunti con contratto a tempo indeterminato e a tempo determinato, nonché ai lavoratori somministrati in possesso di specifici requisiti. Sulla stessa strada si è mosso il comparto orafa, i cui lavoratori possono usufruire di un contributo di 100 euro in servizi di welfare, mentre a partire dal prossimo 1° luglio anche i dipendenti del settore delle telecomunicazioni avranno diritto all'erogazione di benefit fino a 120 euro per l'anno 2018.

Inoltre, a stimolare le aziende verso una maggior diffusione del welfare è intervenuto negli ultimi anni anche il legislatore, prevedendo ad esempio la possibilità di convertire una parte o la totalità del premio di risultato (nelle aziende che lo prevedono) in prestazioni di welfare. Una misura che interessa soprattutto le realtà industriali e le grandi aziende, secondo Cesare Lai, responsabile welfare & benefits

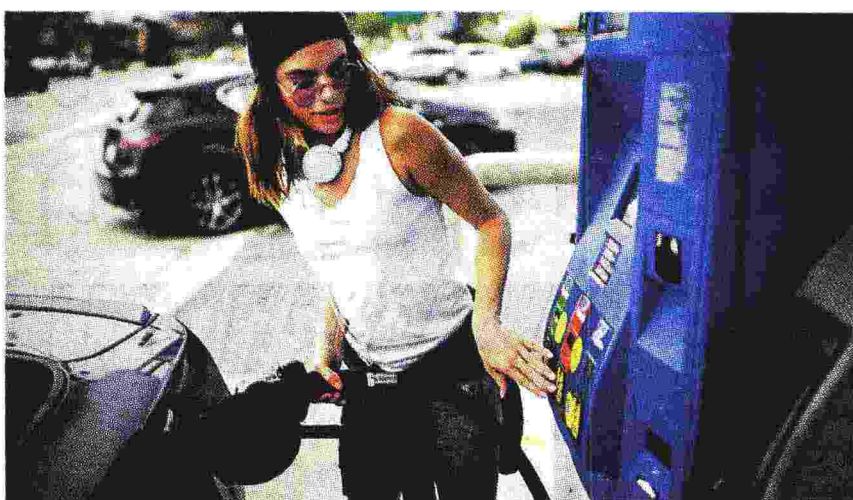
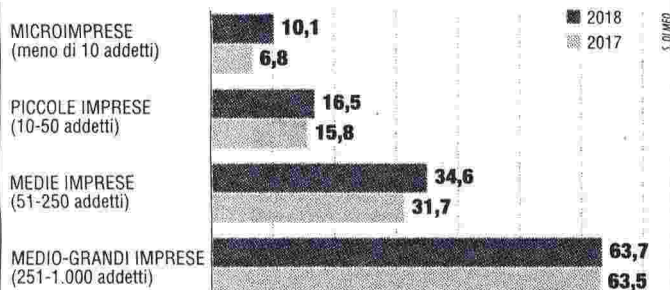
per l'Italia di Willis Towers Watson, e che rappresenta «una soluzione win-win per dipendenti e imprese. Considerato che il valore dei benefit per il lavoratore non è soggetto a tassazione, mentre per l'azienda è previsto un risparmio contributivo». Se si opta per l'erogazione dei premi sotto forma di welfare, infatti, il valore dei servizi non concorre a formare reddito da lavoro dipendente e non è soggetto a contributi previdenziali, assistenziali e assicurativi. «Molte aziende per stimolare la scelta offrono inoltre un moltiplicatore. Se, ad esempio, si dispone di un premio di produttività di 1.000 euro, optando per la conversione in benefit questo viene aumentato a 1.100 euro».

Il menu dei servizi detassati tra cui scegliere, aggiunge Lai, «si è inoltre fatto molto più ampio». Già la Legge di Stabilità 2016 e quella 2017 avevano incentivato lo sviluppo del settore, estendendo il paniere di servizi offerti. La legge di Bilancio per il 2018 è intervenuta ulteriormente, permettendo ad esempio di scegliere rimborsi per l'acquisto degli abbonamenti per il trasporto pubblico, oltre alla possibilità di convertire il premio in assicurazioni sanitarie, asilo gratuito, buoni per l'acquisto di libri scolastici. «Con i benefit più opzionati che, nell'ambito del Pdr — conclude Lai — riguardano le spese vive affrontate quotidianamente. Quindi buoni per la spesa e il carburante, insieme ai rimborsi per costi sanitari e legati a educazione e trasporti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## AMPIEZZA DEL WELFARE AZIENDALE

Per fasce dimensionali; % di imprese attive in almeno sei aree di welfare aziendale



Il trend è in crescita grazie anche alla leva dei contratti collettivi nazionali dei lavoratori che hanno introdotto al loro interno precise misure di welfare

## II PROTAGONISTI



Qui sopra **Miriam Quarti** (1) di Od&m Consulting (Gi Group); **Cesare Lai** (2) di Willis Towers Watson Italia

