

Il Welfare aziendale crea anche lavoro

Crescono, e assumono, i tanti "provider" di servizi per il benessere dei dipendenti

GIOVANNA SCIACCHITANO

MILANO

È un fenomeno in crescita quello dei provider, i principali fornitori di servizi di welfare aziendale per le imprese, cioè iniziative per il benessere del lavoratore e della sua famiglia. Negli ultimi anni questi portali e piattaforme web hanno raggiunto l'85% delle quasi 11.500 aziende con oltre 100 addetti in Italia. Offrono una gamma di prestazioni che comprende l'assistenza sanitaria, corsi, contributi per l'istruzione dei figli, per il tempo libero, la mobilità, versamenti a fondi di previdenza complementari e forme di conciliazione vita-lavoro. Dell'analisi di questo mercato, in collaborazione con la società Valore Welfare, si è occupata l'indagine curata da Luca Pesenti, docente di Sistemi di welfare comparati all'Università **Cattolica** di Milano e presentata presso

Altis - Alta Scuola Impresa e Società.

«Come primo passo abbiamo monitorato 78 provider, nati prevalentemente negli ultimi cinque anni, grazie anche alle agevolazioni fisca-

li - spiega Pesenti -. Si tratta del 90% di quelli attivi. Abbiamo individuato tre tipologie di provider: i proprietari di piattaforma (15 "puri" e 15 "ibridi", concentrati su un diverso core business) e altri 48 "reseller", non proprietari di piattaforme. Senza contare i "provider puri", gli altri risultano costituiti da: banche, società emittitrici di buoni pasto, società di consulenza, società payroll (elaborazione paghe), compagnie assicuratrici, associazioni datoriali e anche, sempre più rilevante, il Terzo Settore». L'indagine sul campione ha coinvolto 30 provider proprietari di piattaforme web impiegate per l'incrocio tra domanda e offerta di servizi di welfare aziendale per le aziende che hanno attivato un piano. Hanno risposto al questionario venti aziende, tra cui tutti i grandi player, rappresentativi di una quota di mercato stimata attorno all'80%. «È in assoluto la prima ricerca di tipo quantitativo di questo mercato - sottolinea Pesenti -. Un mercato che dà lavoro a 449 persone, senza contare l'indotto e che interessa 19.090 aziende clienti. I comparti interessati risultano: per il 46% l'industria, per il 22% i servizi, per il 19,3% il commercio, per il 9,6% le costruzioni e per il 3,1% l'agricoltura». Nel 51% dei casi i clienti sono le grandi imprese con oltre cento dipendenti. Mentre le medie rappresentano il 17%

e il 32% quelle sotto i 50 dipendenti. La ricerca conferma che le piccole aziende non fanno welfare (rappresentano, infatti, solo lo 0,14% del campione).

Complessivamente i lavoratori registrati sui portali dei provider sono 1.691.000. Di questi l'81,7% ha utilizzato almeno una volta beni e servizi proposti. Il budget disponibile va dai 519 euro degli operai ai circa 2.500 euro dei dirigenti. Per quanto riguarda il premio di risultato e la sua possibile conversione in servizi di welfare aziendale, verso cui si è indirizzato l'interesse del legislatore in questi anni, i provider dichiarano di avere raccolto da questa fonte circa il 20,4% del loro fatturato. In media, meno del 30% dei lavoratori serviti hanno optato per la conversione del premio in beni e servizi. Un dato ancora piuttosto basso. «Questo dei provider di welfare aziendale è un mercato maturo - conclude Pesenti -. Probabilmente si andrà verso una scrematura dei concorrenti e in futuro vedremo solo quelli che sono riusciti a fare un passaggio culturale. Da parte dei destinatari oggi ci sono forti resistenze soprattutto nei giovani, che rischiano un utilizzo consumistico dei servizi. Per questo potrebbe essere utile accompagnare il lavoratore nella scelta, perché sia maggiormente consapevole dei propri bisogni».