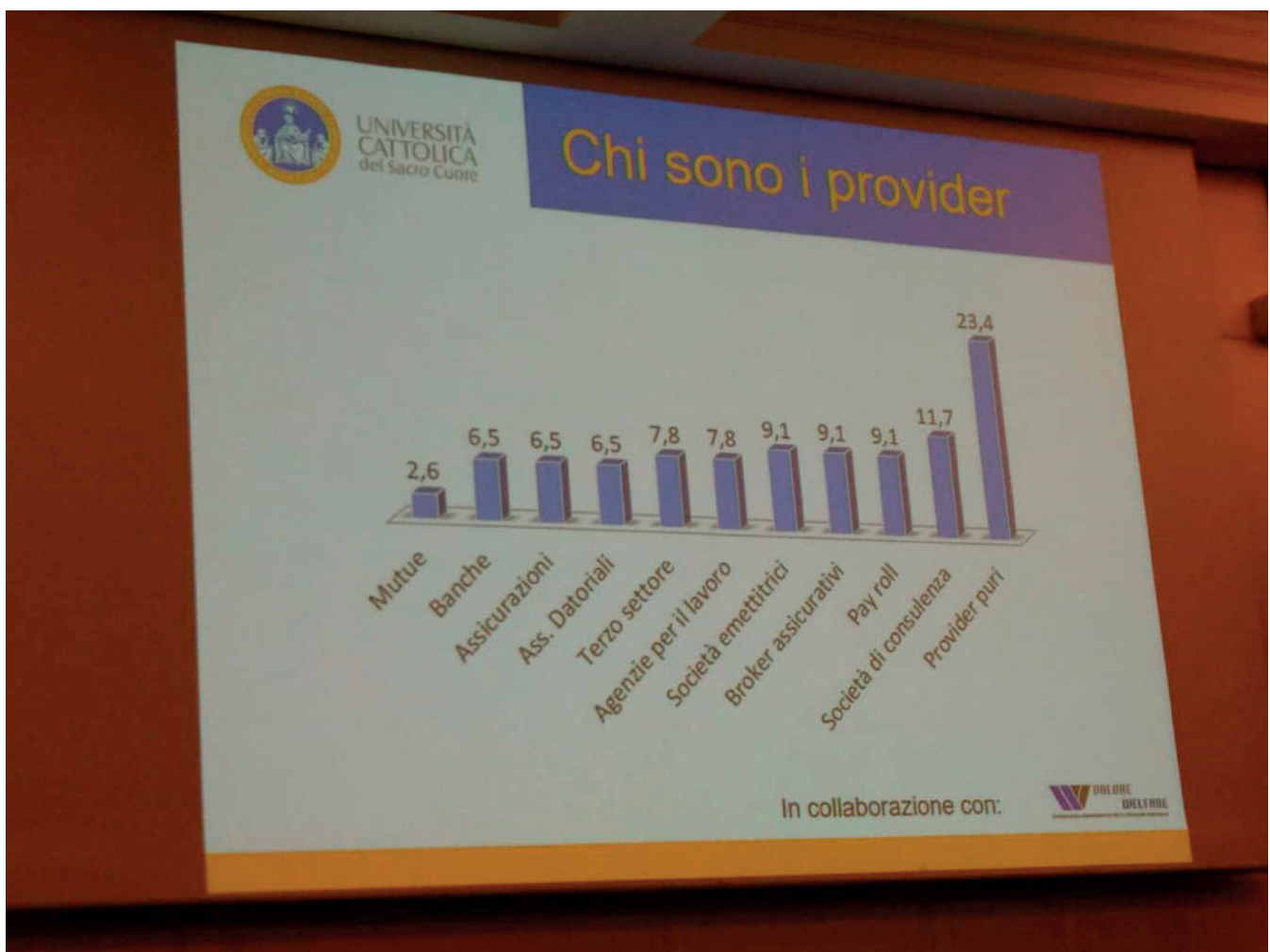


Provider di welfare aziendale, criticità e opportunità

In ambito **welfare aziendale** un ruolo centrale è rivestito dai **player di mercato**. A farne una mappatura è stato Valore Welfare, i cui dati più recenti indicano che ci sono **oltre un centinaio di attori**, tra cui **Provider reseller** (48), **Provider proprietari** (29, di cui 18 puri e 11 ibridi, ossia con un core business differente), e **altri soggetti** (23).



Come illustrato a **Wellfeel** da **Luca Pesenti**, Ricercatore di Sociologia Generale all'**Università Cattolica del Sacro Cuore** e studioso della tematica welfare aziendale e benessere, la **grande pluralità di player** dimostra come il mercato possa offrire una vasta offerta; ecco perché il tema della scelta del provider al quale affidarsi è un aspetto molto delicato e interessante, che, secondo l'esperto, "**presenta non poche criticità**". "Occorre conoscerli bene per **capire quali sono le diverse peculiarità**".

Ma quali sono le **caratteristiche** rispetto alle quali i provider si differenziano? Per Pesenti riguardano la **modalità di analisi del bisogno**; la possibilità di utilizzare un **portale proprietario oppure esterno**; **l'ampiezza e la varietà dei servizi**; la presenza di **un approccio consulenziale**; **i servizi diretti onsite**.

Naturalmente le **aziende possono anche gestire internamente il piano di welfare**, ma l'utilizzo del provider permette di diminuire l'impatto in termini di costi-opportunità. In particolare, un provider permette di **abbattere i costi a carico dell'organizzazione**, grazie allo **snellimento burocratico** e alla **diminuzione dei tempi di costruzione del piano**; inoltre si parla di **"semplicità di utilizzo per l'utente"** associata alla **"libera scelta del dipendente"**, grazie alla possibilità di **"disegnare un piano capace di rispondere in modo sartoriale alle differenti esigenze"**.

Sul fronte dei **portali**, Pesenti ha voluto porre attenzione sul tema della **"individualizzazione"**: gli strumenti di welfare, infatti, consentono la **moltiplicazione dei servizi**, ma non sempre questa equivale alla **personalizzazione del benessere**; inoltre non è neppure scontato che tutti i profili dei lavoratori apprezzino la **libertà di scelta promossa dai portali** (non si dimentichi che nelle organizzazioni convivono popolazione differenti e con età diverse). La **manca di intermediazione** può aumentare il livello di problematicità perché servirebbe prevedere forme di accompagnamento anche dal punto di vista culturale (quasi un paradosso in un'**epoca di forte disintermediazione**).

Dati questi elementi, l'esperto ha quindi puntato l'attenzione su alcuni aspetti ancora poco indagati e che costituiranno elementi di sempre maggior interesse, come la **user experience dei dipendenti**, sulle ricadute effettive sulle economie territoriali (manca ancora un'evidenza delle ricadute) e i **risvolti positivi sul fronte occupazionale**.