

## La carica dei provider fa bene al settore

Luca Pesenti

Il grande sviluppo del welfare aziendale ha molte cause. Il ruolo di "spinta" svolto dai cosiddetti provider merita una particolare attenzione. A questi attori del mercato va infatti riconosciuto un contributo essenziale alla diffusione delle iniziative di welfare tra le imprese. Hanno in particolare favorito la diffusione di interfacce web (i cosiddetti portali) con i quali i lavoratori delle aziende clienti possono accedere a menù di servizi verso i quali orientare le proprie opzioni, allocando così il budget messo a disposizione dalle aziende in forza di un contratto collettivo o di una decisione unilaterale aziendale.

Per molti anni il mercato di questi operatori è rimasto nel novero delle nicchie di avanguardia, presidiato da un numero contenuto di operatori. Negli ultimi tre anni, in corrispondenza con l'accelerazione impressa dalle novità fiscali contenute nella Legge di Stabilità 2016 e da quella di Bilancio dell'anno successivo, sono sorti numerosi soggetti specializzati: start-up, ma anche realtà già attive e (spesso molto consolidate) in settori diversi seppur tematicamente affini. Il censimento di questi soggetti, da noi realizzato sulla base delle informazioni raccolte dalla società di consulenza Valore Welfare, evidenzia la presenza sul mercato di 78 provider dei quali 20 sono proprietari della

welfare aziendale come proprio elemento qualificante. In questo mercato si sono infatti inseriti in maniera significativa soprattutto banche, società emittitrici di buoni pasto, di consulenza, di payroll e amministrazione del personale, ma anche broker assicurativi, associazioni datoriali e recentemente soggetti non profit e mutualistici.

Se si considera che, per ciascun ambito di provenienza, gli operatori attivi come provider ibridi o reseller sono spesso l'espressione delle realtà aziendali di maggiori dimensioni e capacità, è agevole comprendere quale spinta propulsiva alla diffusione delle prassi di welfare aziendale potrà derivare dalla continuità dell'azione commerciale posta in essere da queste realtà cui si associa, ovviamente, l'azione specializzata dei provider puri. Il mercato potenziale è peraltro (almeno sulla carta) molto ampio: le stime degli ultimi mesi oscillano da un minimo di 7 miliardi (secondo l'associazione di catering Aiwa) a un massimo di circa 20 miliardi di euro (secondo una ricerca indagine Censis - Eudaimon).

C'è dunque da attendersi un ampio sviluppo in questo mercato. In quale direzione? L'ipotesi più credibile è che si sia ormai in presenza di una saturazione degli operatori che porterà il mercato verso un mercato maturo, caratterizzato certamente a una "struttura" con inevitabile