www.farecontrattazione.it, 8 marzo 2013

Welfare aziendale digitale: i modelli 2.0

di Roberta Caragnano

La definizione di sistemi di Welfare aziendale integrato, un tempo prerogativa delle aziende della Silicon Valley, oggi non è più un obiettivo utopico e allo stesso tempo sfidante ma un traguardo raggiunto anche dalle aziende italiane grandi e piccole. Parlare di welfare, infatti, non significa avere una visione paternalistica ma guardare all'azienda in modo dinamico e innovativo sviluppando progetti integrativi e di supporto a quelli del sistema pubblico.
Al progetto pionieristico di Luxottica, dove di comune accordo con il sindacato si è costruito un modello welfare legato a precisi obiettivi di incremento della qualità in fabbrica, altri ne sono seguiti, complice la crisi economica galoppante e un sistema di welfare pubblico sempre più in affanno.
Le aziende hanno puntato ad iniziative strutturali per la flessibilizzazione del lavoro e la conciliazione – per un aumento della qualità della produzione e dei servizi – e queste si sono rivelate efficaci leve di motivazione e partecipazione per i dipendenti alla vita aziendale. I modelli di welfare realizzati a livello aziendale, infatti, se sono implementati in maniera armonica possono comportare una redistribuzione egualitaria che incentiva la produttività nell'ambito del processo di globalizzazione.
Non solo carrelli della spesa, buoni-spesa, asili, saune, palestre, servizi di lavanderia e di riparazione degli impianti domestici, bus navetta urbani, contributi per l'acquisto di pc e per l'alfabetizzazione digitale di tutta la famiglia, ma anche benefici collettivi erogati come contributi alle forme pensionistiche complementari e a casse o fondi sanitari integrativi istituiti per contratto collettivo.
Ma il welfare aziendale è anche, e sempre più, un sistema di *flexible benefits* dove la retribuzione diventa flessibile nella misura in cui la parte variabile dello stipendio, erogato solitamente sotto forma di premi, è integrato con servizi "interni" offerti al dipendente, il quale non ricorre più all'acquisto degli stessi, all'esterno. Così i benefit rappresentano il terzo pilastro della retribuzione, complementare allo stipendio base e ai tradizionali sistemi di incentivazione per lo più monetaria. Il vantaggio è duplice: aumento del potere d'acquisto del dipendente e diminuzione del costo del lavoro per l'azienda anche per effetto della detassazione prevista dall'art. 51 TUIR (Testo Unico Imposte sui Redditi) che tra gli altri aspetti amplia il novero dei compensi esclusi dall'imponibile e nei quali sono ricompresi tutti quei servizi offerti dall'azienda alla generalità dei dipendenti o a categorie di dipendenti per finalità di educazione, istruzione, ricreazione, assistenza sociale e sanitaria.
Nell'attuale contesto del *world wide web* interattivo, poi, sono sempre più numerose le aziende che offrono servizi e utilizzano la rete come snodo per l'erogazione dei benefit ai dipendenti. Tra queste Merck Serono, Martini & Rossi, Lavazza, Sfk, Intesa Sanpaolo e Sas, dove, in particolare, il dipendente può accedere on-line a un'area riservata del portale aziendale per costruire in autonomia la componente del proprio pacchetto retributivo variabile.

Il Welfare aziendale, quindi, ripensa se stesso, si innova e diventa 2.0 facendosi spazio “virtuale” dove gli utenti e gli erogatori di servizi si incontrano e collaborano attivamente per il bene comune.

Roberta Caragnano
ADAPT Senior Research Fellow
Assegnista di ricerca Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia