

L'ADULTITÀ CORPOREA E LA COSCIENZA ADOLESCENZIALE DEL WELFARE AZIENDALE*

Il rapporto Welfare Index PMI del 2024 (ottava edizione), promosso da Generali in collaborazione con Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato, Confprofessioni e Confcommercio, già nel titolo definisce quella attuale “l'età adulta del welfare aziendale”.

Nei numeri, lo è certamente: nessun istituto a disposizione delle relazioni industriali e della gestione del personale, neanche il lavoro agile sospinto inevitabilmente dalla pandemia del 2020, ha conosciuto una diffusione comparabile a quella del welfare aziendale: +487% nei primi cinque anni post-riforma, dal 2016 al 2021 (dato dell'Associazione Italiana Welfare Aziendale, AIWA). La stessa indagine di Generali censisce una crescita non equivoca: il 74,5% delle imprese del campione analizzato hanno attivato una qualche iniziativa di welfare e negli ultimi otto anni le imprese che hanno raggiunto un “livello alto” o un “livello molto alto” di welfare sono triplicate, dal 10,3% al 33,3%, mentre quelle a “livello iniziale” si sono dimezzate, dal 48,9% al 25,5%.

Nella stessa direzione anche il settimo rapporto CENSIS-Eudaimon sullo stesso argomento (2024); “Welfare for People”, il sesto rapporto sul welfare occupazionale e aziendale in Italia di ADAPT e Intesa San Paolo (2023); l'Osservatorio sul welfare di SDA Bocconi ed Edenred (2024). Insomma: l'interesse di imprese, sindacati e associazioni datoriali, amministrazioni pubbliche e lavoratori verso il welfare aziendale non è in dubbio. L'attenzione del legislatore è solo l'ultima prova: in nove anni su questa materia sono intervenuti tredici (13!) interventi legislativi, sei (6!) macro-circolari o risoluzioni, due bandi nazionali (un terzo è in preparazione), quasi trenta (30!) interPELLI dell'Agenzia delle Entrate. A breve, nel c.d. ddl lavoro bis, potrebbero inoltre essere approvati due emendamenti destinati ad ampliare gli spazi di azione dell'articolo 51, comma 2 del Testo Unico delle Imposte sui Redditi (TUIR), la norma di riferimento insieme ai commi 3 e 4 e all'articolo 100.

Nonostante questi dati, l'impressione è che l'adultità guadagnata dal welfare aziendale sia soltanto fisica, non ancora di maturità. Come nell'adolescente, improvvisamente, incomincia a crescere la barba e si irrobustisce il corpo, a velocità doppia rispetto alla crescita della consapevolezza, così il welfare aziendale sta vivendo uno “scoppio ormonale” che dovrà essere accompagnato da un corrispondente incremento di capacità di giudizio, perché non rimanga un ammasso di muscoli destinato a non combinare nulla.

Fuor di metafora: nei prossimi anni Governo, aziende, sindacati e lavoratori dovranno decidere se il welfare aziendale sia soltanto un facilitatore di produttività e una soluzione per risparmiare tasse o contributi, o, pur non venendo meno questi vantaggi, soprattutto una occasione di soddisfazione dei bisogni sociali dei dipendenti e del territorio. Un dispositivo sociale, quindi, che ha a che fare con la funzione e la responsabilità sociale dell'impresa; non soltanto un oggetto di scambio nella contrattazione individuale e collettiva.

Generali, a questo riguardo, ci riferisce che per circa metà delle aziende (49,1%) il welfare aziendale è principalmente uno strumento di gestione delle relazioni industriali. È un'idea che prevale largamente nelle imprese che iniziano a conoscere questo strumento (66,9%) e che si riduce drasticamente con la crescita del welfare (fino al 21,8% delle imprese al livello più evoluto). Queste ultime si dividono tra le imprese che

considerano il welfare come una componente del sistema retributivo e premiante (31,7%), quelle che gli assegnano un valore strategico (25,2%) e infine quelle che lo intendono come un ambito delle politiche di sostenibilità e di responsabilità sociale e d'impresa (21,3%). A riguardo delle ragioni dietro l'implementazione dei piani di welfare aziendale, è in crescita l'obiettivo di migliorare il clima aziendale e la soddisfazione dei dipendenti (dal 42,1% nel 2018 al 54,8% nel 2024). In aumento anche la quota di chi considera come obiettivo prioritario la fidelizzazione dei lavoratori (dall'8,4% all'11,8%), mentre si riduce l'importanza degli obiettivi economici per l'azienda come l'aumento della produttività (dal 28,9% al 20,6%) e il contenimento del costo del lavoro grazie ai vantaggi fiscali (dall'8,5% al 6,5%).

La sfida dei prossimi anni e, conseguentemente, la tipologia di interventi legislativi che ci dovremo attendere (sempre e solo altalena di valori sui fringe benefit o ritorno alla costruzione dei beni e servizi con utilità sociale diretta?) è tutta qui: nella crescita o nella diminuzione delle imprese che classificano il welfare tra le politiche retributive e nella conseguente crescita o diminuzione di quelle che lo classificano tra gli obiettivi strategici per l'identità aziendale, sia tra i propri dipendenti che sul territorio.

* articolo pubblicato il 19 giugno 2024 su Il Sussidiario.net "WELFARE AZIENDALE/ La prova di maturità che attende Governo, aziende e lavoratori": <https://www.ilsussidiario.net/news/welfare-aziendale-la-prova-di-maturita-che-attende-governo-aziende-e-lavoratori/2719789/>