



Il welfare contrattuale

per le aziende del turismo, opportunità e vantaggi

La Finanziaria 2017 favorisce gli investimenti delle aziende in welfare puntando sulla defiscalizzazione come strumento di sussidiarietà. In particolare innalza il tetto massimo di reddito di lavoro dipendente per l'accesso alla tassazione agevolata, così come gli importi dei premi di produttività erogabili. In questo modo conviene sia alle imprese sia ai dipendenti scegliere di trasformare il premio in beni e servizi

→ TiCo

Le novità introdotte dalla legge di stabilità 2016 e gli aggiornamenti 2017 sui premi di produttività, hanno dato una spinta allo sviluppo del welfare aziendale. Per approfondire i vantaggi che a livello normativo e fiscale il legislatore ha messo a disposizione delle aziende che decidono di investire nel welfare anche attraverso il riconoscimento ai propri dipendenti di flexible benefits, Federturismo ha organizzato a Roma, in collaborazione con Asolombarda Servizi, il seminario dal titolo

“Il welfare contrattuale per le aziende del Turismo, opportunità e vantaggi”. Un tema di grande importanza che come ha precisato **Antonio Barreca**, direttore generale Federturismo Confindustria, aprendo i lavori, «impone alle aziende una ridefinizione dei modelli di gestione delle risorse umane e delle relazioni industriali, con il quale dovremo confrontarci nei prossimi anni». Un'occasione, l'evento che si è svolto nella splendida Sala Zuccari di Palazzo Giustiniani, per pre-



sentare la piattaforma digitale di Assolombarda Servizi attraverso cui le aziende possono gestire pacchetti di welfare e diventare esse stesse partner inserendo le proprie offerte commerciali.

I vantaggi per aziende e lavoratori

Il welfare aziendale migliora il clima sul lavoro e fa risparmiare. E così ora moltissime realtà, anche piccole, sono conquistate da questa opportunità. Perché comporta dei benefici economici: un risparmio per le imprese, per via della detassazione su beni e servizi specifici, ed un aumento del potere d'acquisto per i dipendenti che accedono a quei beni e servizi a prezzi agevolati. Ma ancora maggiori sono i vantaggi in termini di miglioramento dell'ambiente lavorativo, perché facilita la conciliazione famiglia-lavoro, favorisce la motivazione dei dipendenti e migliora le relazioni dell'azienda con gli stakeholder. «Sempre più aziende stanno investendo in un welfare inteso più come svago, benessere e tempo libero», ha fatto sapere il Presidente di Federturismo Confindustria, **Gianfranco Battisti**, intervenendo al seminario, «perché un'impresa attenta alla realtà che la circonda, al tessuto sociale, ai propri dipendenti, all'ambiente, è anche più competitiva ed attrattiva per gli stakeholder». Secondo Battisti è quindi fondamentale che il settore del turismo diventi uno dei primi fornitori di welfare per il sistema industriale, valorizzando tutte le componenti della filiera: dagli hotel, ai trasporti, alle terme. «Alla

luce di questo scenario abbiamo ritenuto importante siglare un accordo con Assolombarda Servizi che si propone di offrire soluzioni rapide agli imprenditori che decidono di investire nel welfare sfruttando la tecnologia digitale e le piattaforme web, semplificando il processo burocratico di accesso agli incentivi fiscali», ha spiegato. E gli fa eco **Alessandra Scipioni** responsabile di Area in Assolombarda Servizi, sottolineando l'importanza del nuovo strumento digitale che si rivolge a tutte le imprese dell'associazione che, dal segmento termale a quello dei trasporti, dai tour operator agli hotel, raggruppa 23 filiere e migliaia di addetti. «Attraverso la piattaforma, personalizzabile con il logo dell'azienda e gestita in full outsourcing, il dipendente può scegliere di utilizzare liberamente il proprio credito

Al tavolo della conferenza stampa: Matteo Nevi, di Federturismo Confindustria, Alessandra Scipioni, di Assolombarda Servizi SpA, Antonio Barreca, dg Federturismo Confindustria, Stefano Passerini, Area Sindacale Assolombarda, Guido Marzorati, direttore Fisco e Diritto d'impresa Assolombarda, Alberto Rossetti, Area Lavoro e Previdenza Assolombarda

Alessandra Scipioni, responsabile di Area in Assolombarda Servizi



welfare all'interno di un'ampia gamma di servizi, compresi pacchetti viaggi e soggiorni in hotel convenzionati», ha spiegato. Inoltre, «le aziende associate a Federturismo potranno beneficiare del supporto operativo e delle soluzioni *tailor made* di Assolombarda Servizi accedendo al tariffario agevolato». «Nonostante le politiche di welfare aziendale siano una delle novità più importanti nella gestione dei rapporti di lavoro degli ultimi anni, dobbiamo recuperare il ritardo rispetto ad altri paesi sul fronte degli investimenti sociali indispensabili per un mondo del lavoro migliore», ha concluso Battisti.

Il nuovo ciclo

Matteo Nevi, responsabile Relazioni Industriali e Affari Sociali di Federturismo Confindustria ha parlato dei caratteri del nuovo ciclo di politiche di welfare, distinguendo tre fasi dal dopoguerra a oggi: **il primo ciclo**, dagli anni '40 agli anni '70, in un contesto di prolungata espansione economica e demografica, fu caratterizzato dalla estensione progressiva delle tutele e dei servizi di welfare pubblico, a carattere tendenzialmente universale: tutela del lavoro, tutela della sicurezza, pensioni, sanità, istruzione; **il secondo ciclo**, dagli anni '80 al primo decennio del 2000, è stato caratterizzato dal confronto con i problemi dell'invecchiamento e della crisi della spesa pubblica, e dalle conseguenti politiche di riforma finalizzate a ristabilire l'equilibrio finanziario degli istituti del welfare pubblico. L'attenzione si è concentrata sulle pensioni e sulla sanità. Al welfare pubblico si è affiancato un welfare com-

Gianfranco Battisti,
Presidente di Federturismo
Confindustria



plementare a carattere negoziale e collettivo. **Il terzo ciclo**, avviato negli anni più recenti, si confronta con un contesto di prolungata instabilità e di crescente fragilità sociale che determina una molteplicità di bisogni emergenti e assegna un ruolo centrale alle imprese, ricercando la sussidiarietà tra welfare pubblico, welfare complementare collettivo, welfare aziendale. Nevi ha anche analizzato cinque step del welfare 2016-2017: l'estensione degli incentivi fiscali ad un'ampia gamma di iniziative aziendali; la conversione in welfare dei premi di produzione; l'estensione delle fonti negoziale e unilaterale; l'assicurazione per la non autosufficienza e malattie gravi; l'ampliamento del campo di applicazione e degli importi.

Rapporto welfare PMI 2017

Il secondo rapporto annuale sullo stato del welfare nelle piccole e medie imprese si basa sulla ricerca condotta su un campione di 3422, il 60% in più rispetto allo scorso anno (2.140 imprese nel 2016). L'indagine è stata allargata ai cinque settori produttivi – agricoltura, industria, artigianato, commercio e servizi, studi e servizi professionali – e al terzo settore. La buona notizia è che le PMI si dimostrano sempre più attente al benessere dei di-



Secondo l'ultimo rapporto welfare le PMI si dimostrano sempre più attente al benessere dei dipendenti. Il Rapporto 2017 ha evidenziato che le protagoniste della crescita sono state le imprese già attive, cioè quelle che avevano avviato piani di welfare aziendale anche negli anni precedenti. In particolare, le imprese molto attive sono quasi raddoppiate: 18,3% del totale rispetto al 9,8% del 2016

pendenti. Il Rapporto 2017 ha evidenziato che le protagoniste della crescita sono state le imprese già attive, cioè quelle che avevano avviato piani di welfare aziendale anche negli anni precedenti. In particolare, le imprese molto attive, che attuano iniziative in almeno sei aree, sono quasi raddoppiate: 18,3% del totale rispetto al 9,8% del 2016. Come nella scorsa edizione, non c'è una differenza significativa a livello geografico: la diffusione territoriale delle iniziative non cambia tra Nord, Centro e Sud. Quello che invece differenzia molto il tasso di iniziative di welfare aziendale è la dimensione aziendale. I fattori chiave di successo del welfare aziendale sono la conoscenza degli strumenti e le alleanze tra imprese. Interessante anche quanto emerso sui principali obiettivi che le aziende si prefiggono di raggiungere investendo all'interno del welfare aziendale le prime tre voci che riguardano la gestione economica del personale: migliorare la soddisfazione/clima aziendale, incentivare la produttività del lavoro, la fidelizzazione, hanno la meglio sulle altre voci (brand reputation, costo del lavoro, integrazione del welfare pubblico, riduzione dell'assenteismo). Interessante il dato che riguarda le aziende dei servizi /trasporto, turismo cultura ecc.: il 63%

considera prioritario investire nel welfare. Sempre stando al Rapporto 2017, il 90,3% di coloro che hanno investito in turismo, cultura e tempo libero lo ha fatto tramite la decisione unilaterale da parte dell'azienda quindi non è quasi presente la previsione contrattuale; così è anche nel caso del sostegno dell'istruzione ai figli e della conciliazione vita/lavoro. Temi questi ultimi due che insieme a quello del turismo sono di grande utilizzo all'interno delle multinazionali che stanno investendo molto su questa tipologia di welfare. ■

**Matteo Nevi, responsabile
Relazioni Industriali e
Affari Sociali di
Federturismo Confindustria**

