

**IL WELFARE AZIENDALE:  
INDAGINE SULLA PERCEZIONE E SULLE ESIGENZE  
DELLE AZIENDE DELLA PROVINCIA DI ROMA**

**SURVEY SUMMARY – 29/11/2018**

**ROBERTO PORCIELLO – RESPONSABILE DELLA  
RICERCA**



# GLI OBIETTIVI DELLA RICERCA

**01**

## Lo stato dell'arte

Verificare la percezione dei servizi di welfare e l'attuale utilizzo da parte dell'apparato produttivo.

Verificare il numero di aziende che hanno in atto un piani di welfare e le modalità di attuazione.

**02**

## Le esigenze

Identificare i punti di forza ed i punti di debolezza che promuovono o frenano l'adozione di servizi di welfare aziendale.

Definire le esigenze delle imprese in termini di servizi di welfare e di procedure di attuazione.

Chiarire la propensione all'utilizzo dei servizi di welfare e le condizioni necessarie per l'attivazione.

**03**

## Le prospettive

Verificare quanto siano chiari e noti i benefici derivanti dalla norma sul welfare aziendale.

Definire l'interesse e l'intenzione delle aziende all'utilizzo dei servizi di welfare

# METODOLOGIA

- **5 Interviste in profondità** a responsabili delle risorse umane aziendali per individuare e mettere a punto i temi del questionario estensivo e verificare le best practice delle politiche di welfare aziendale
- **150 Interviste personali** a responsabili aziendali nella Provincia di Roma attraverso questionario strutturato

# ITEM DI INDAGINE



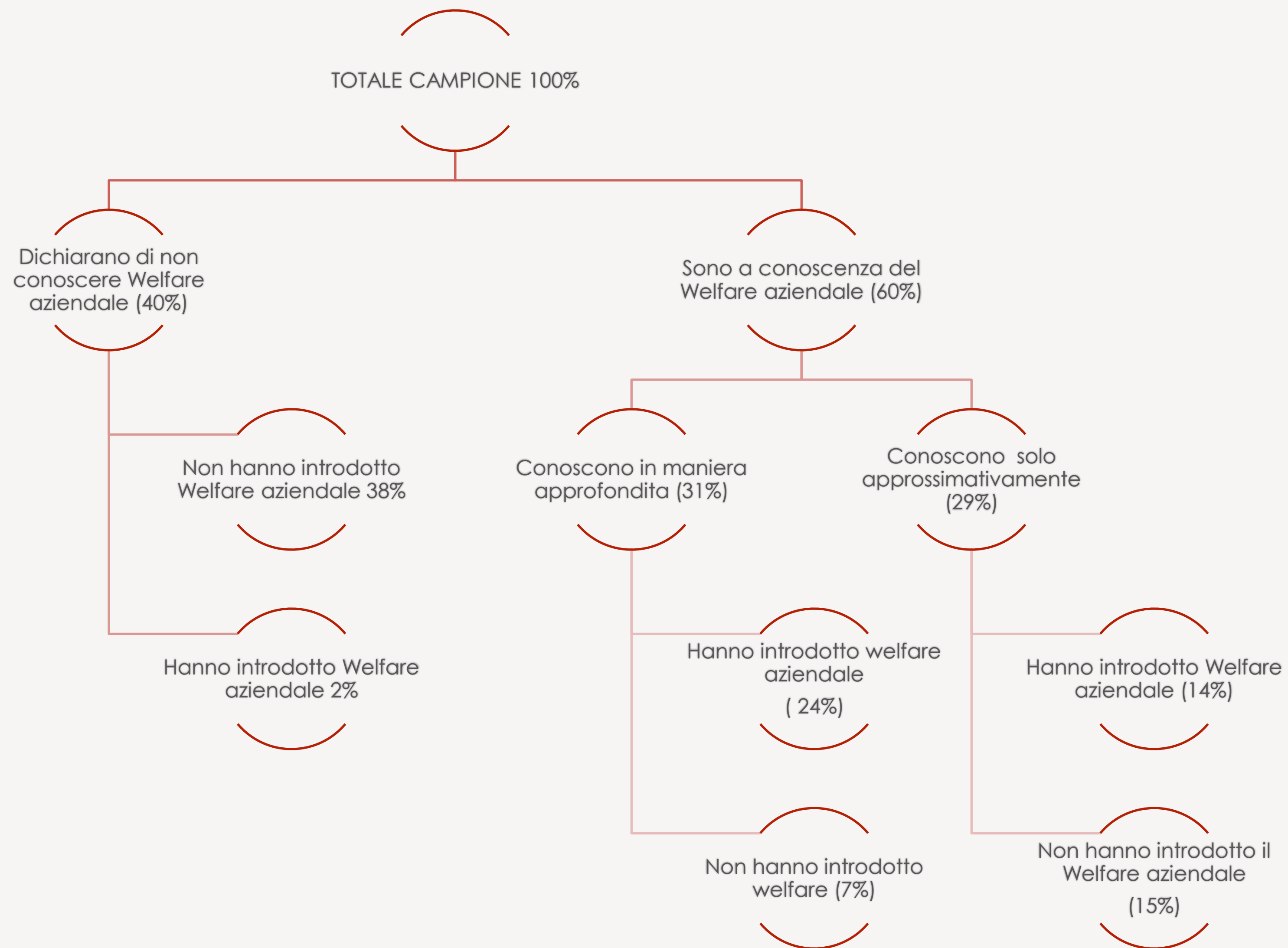
# PRINCIPALI RISULTATI DELLA RICERCA

# ALCUNE CONSIDERAZIONI GENERALI

La ricerca ricostruisce le dinamiche in atto e lo stato «concreto» del settore nella provincia di Roma mettendone in luce opportunità e limiti che restituiscono un quadro realistico rispetto ad alcune previsioni piuttosto «enfatiche» degli ultimi anni e qualche indicazione circa il percorso di crescita del settore il cui valore stimato in servizi e prestazioni è di circa 21 mld. euro.

- Dall'analisi emergono molti aspetti confortanti circa il futuro del settore ma anche elementi contraddittori che indicano aspetti che, se affrontati rapidamente ed efficacemente possono consentire il decollo reale dell'offerta di servizi di welfare aziendale che non può prescindere da:
  - Una intensificazione dei flussi informativi
  - La capacità di mettere in campo una offerta ampia ed articolata di servizi e prestazioni
  - Facilitare la personalizzazione del «pacchetto» di servizi
  - Attivare processi riaggregativi in senso orizzontale (attività produttiva/dimensione aziendale) o verticale (territorio/specializzazione di servizio)

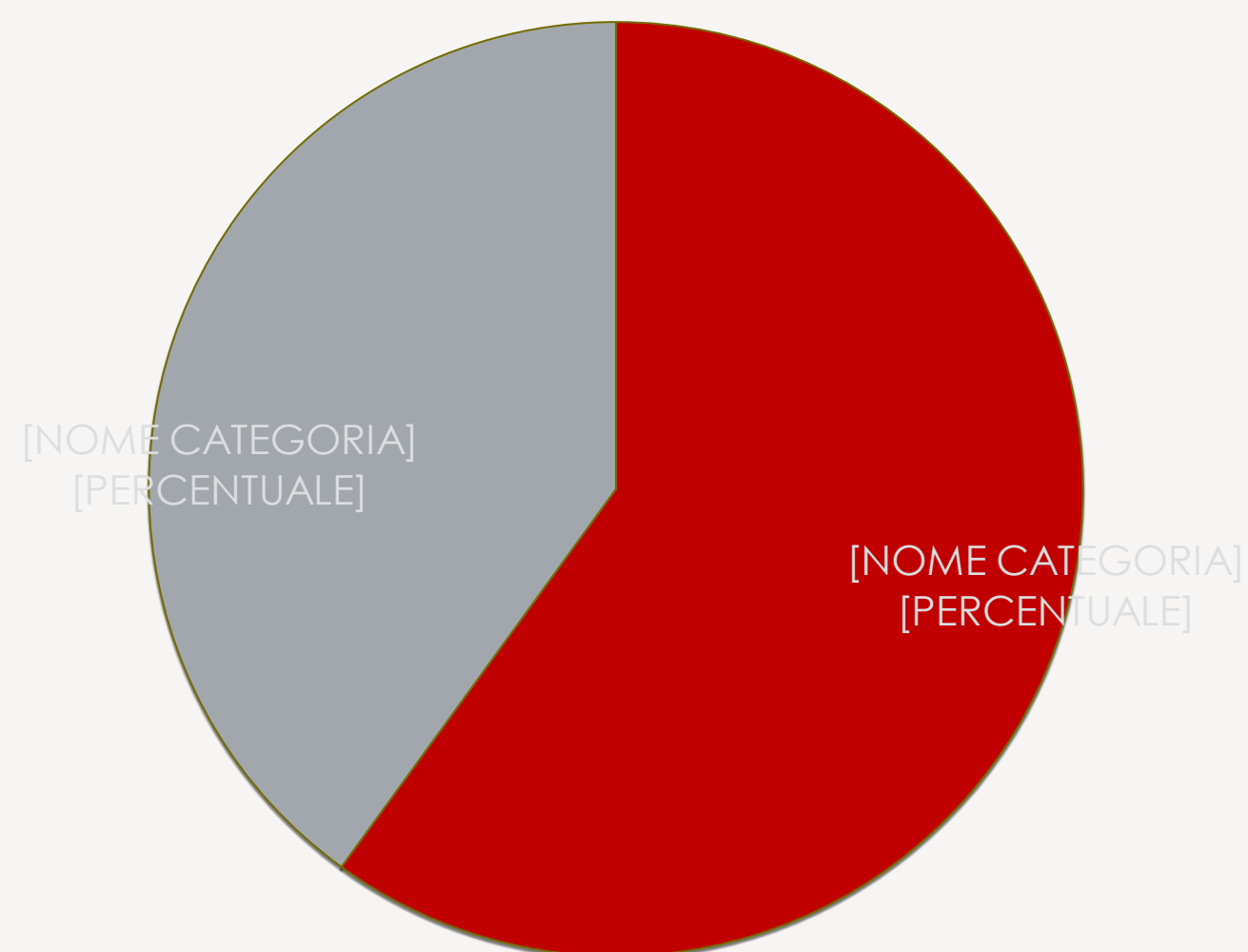
# IL QUADRO GENERALE DEL WELFARE AZIENDALE NEL LAZIO



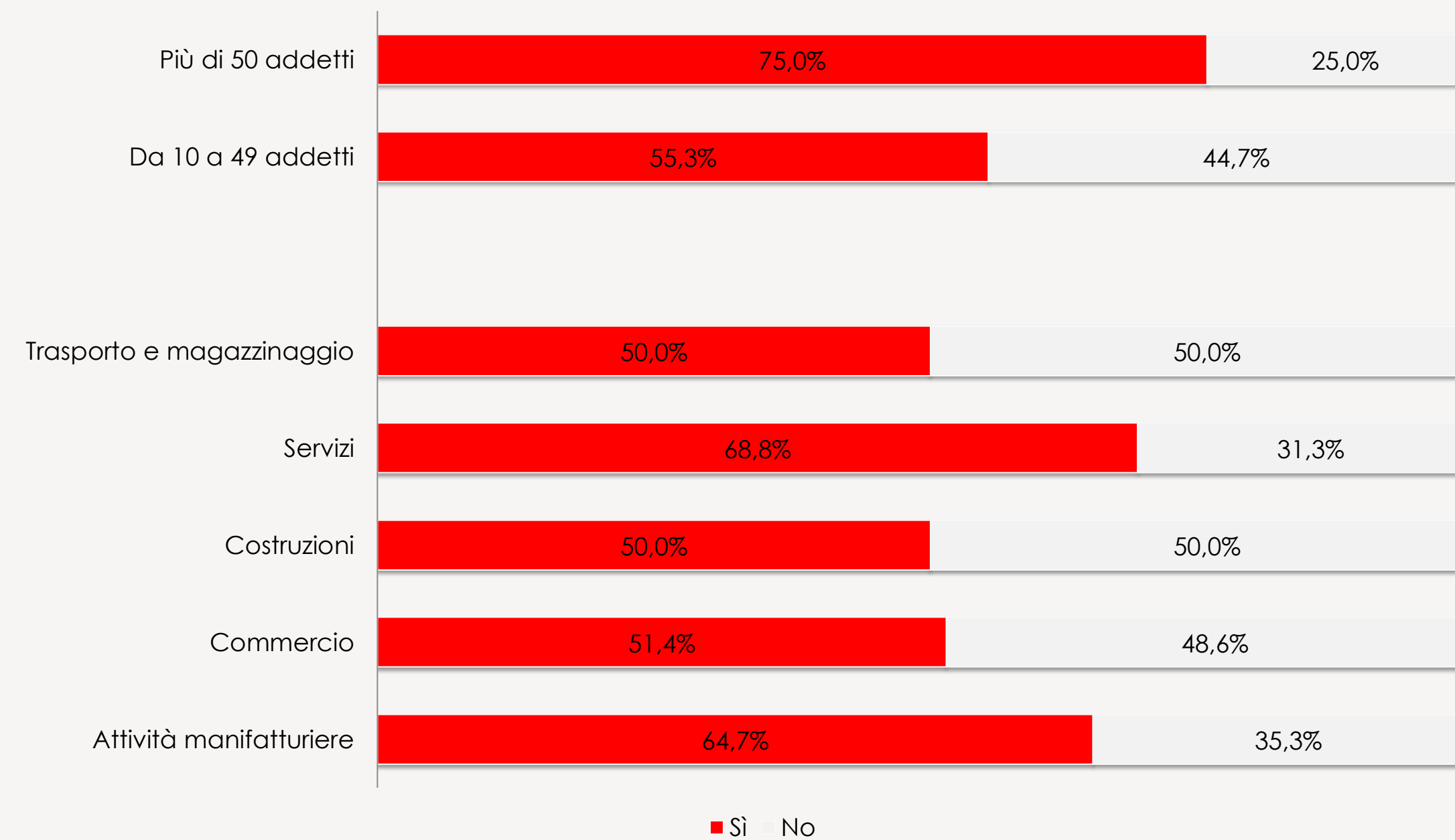
**CONOSCENZA ED UTILIZZO**

# CONOSCENZA DEL WELFARE AZIENDALE

## Totale campione



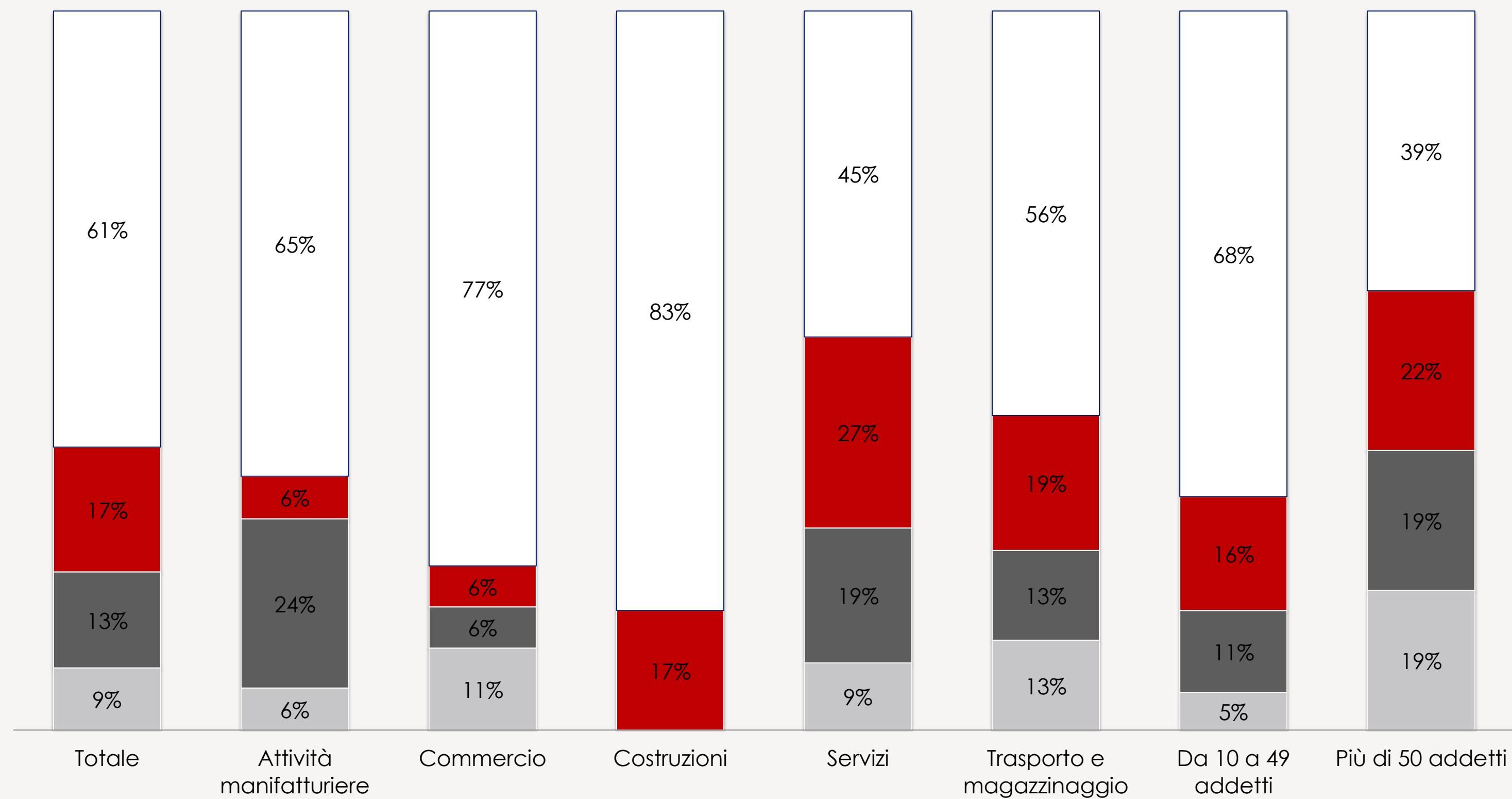
## Distribuzione per caratteristiche delle imprese





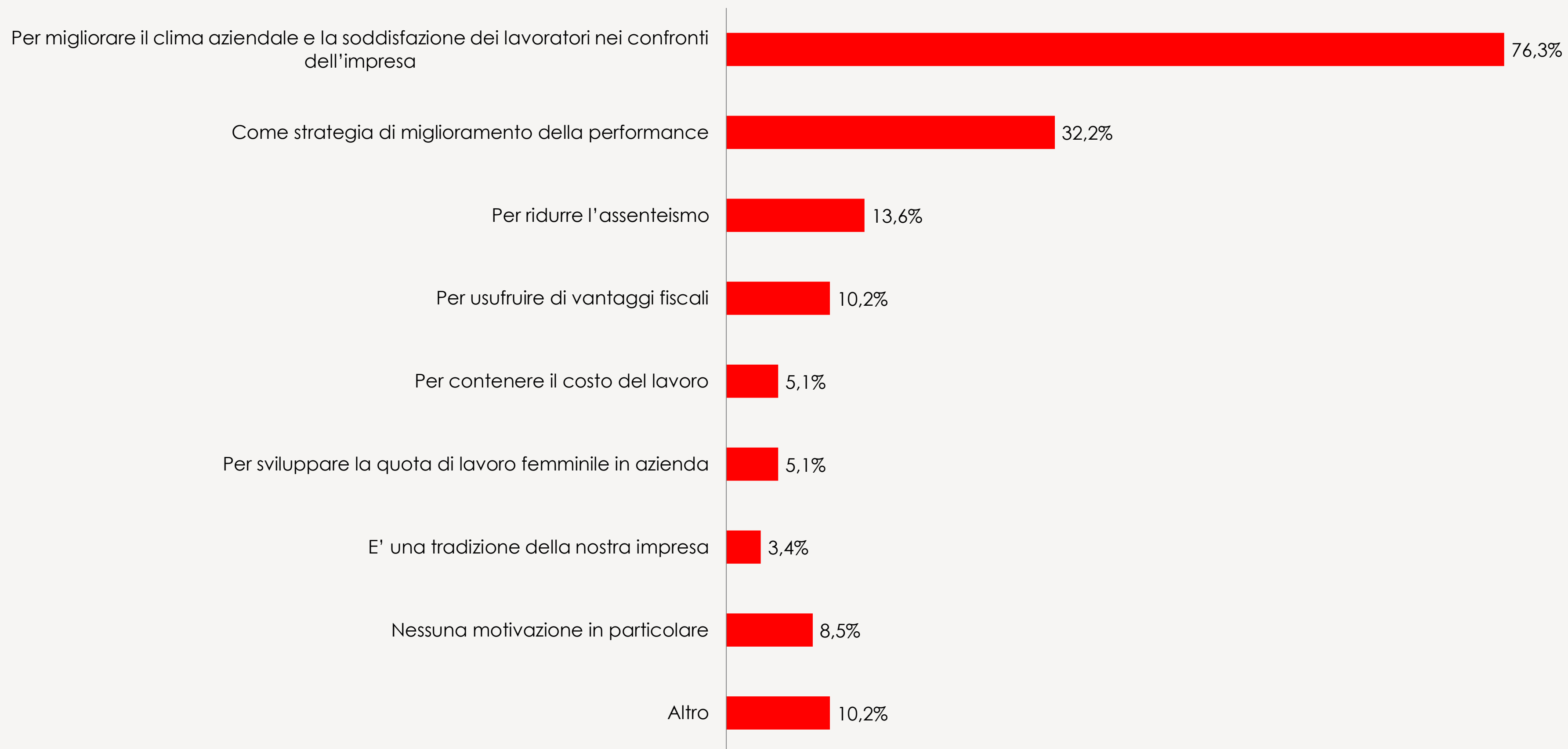
# DIFFUSIONE DEL WELFARE AZIENDALE

■ Meno di un anno ■ Da 1 a 3 anni ■ Più di 3 anni □ Non utilizzano



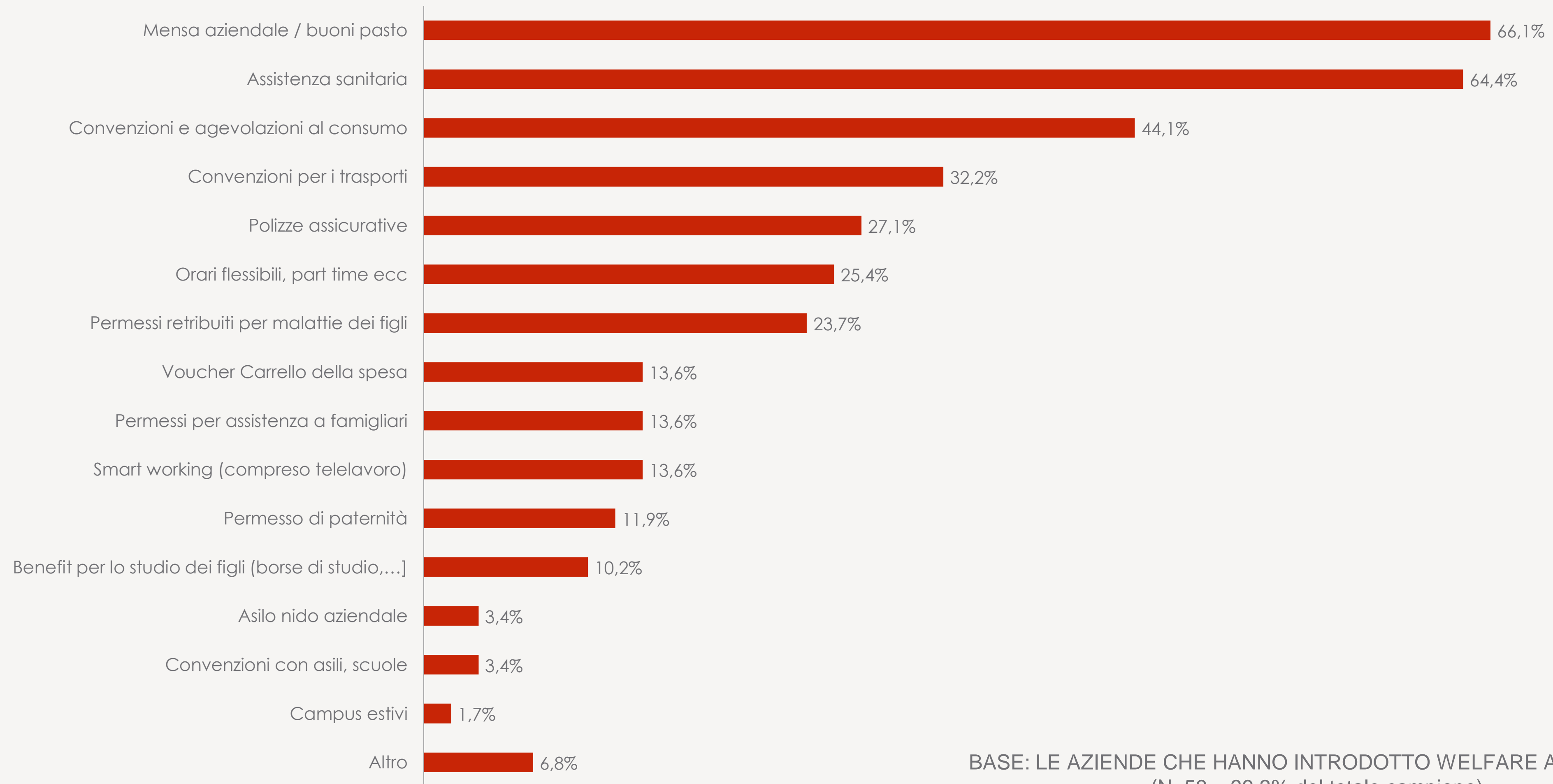
# **LE AZIENDE CHE HANNO ATTIVATO INIZIATIVE DI WA**

# MOTIVAZIONI ALLA BASE DELL'INTRODUZIONE



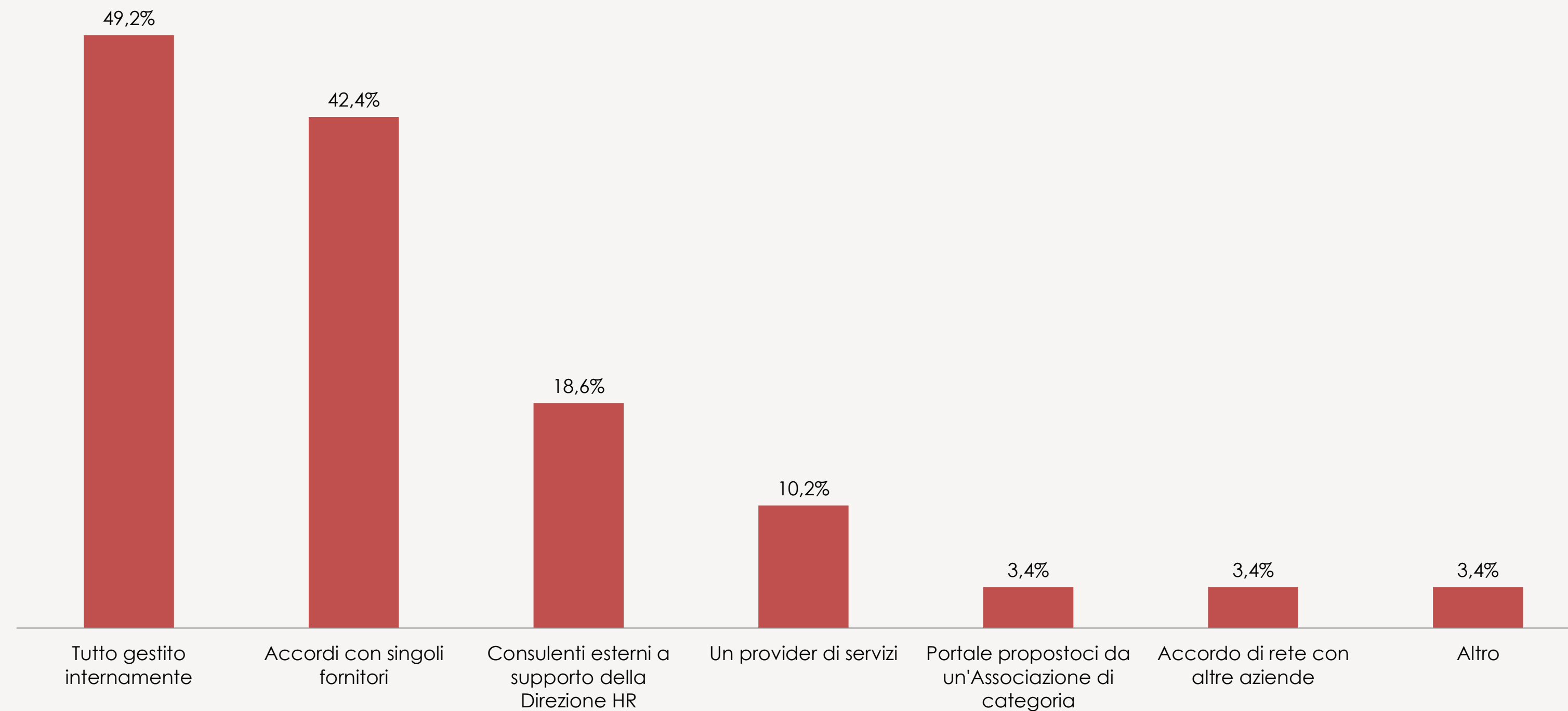
BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTO WELFARE AZIENDALE  
(N. 59 – 39,3% del totale campione)

# IL MIX DI SERVIZI



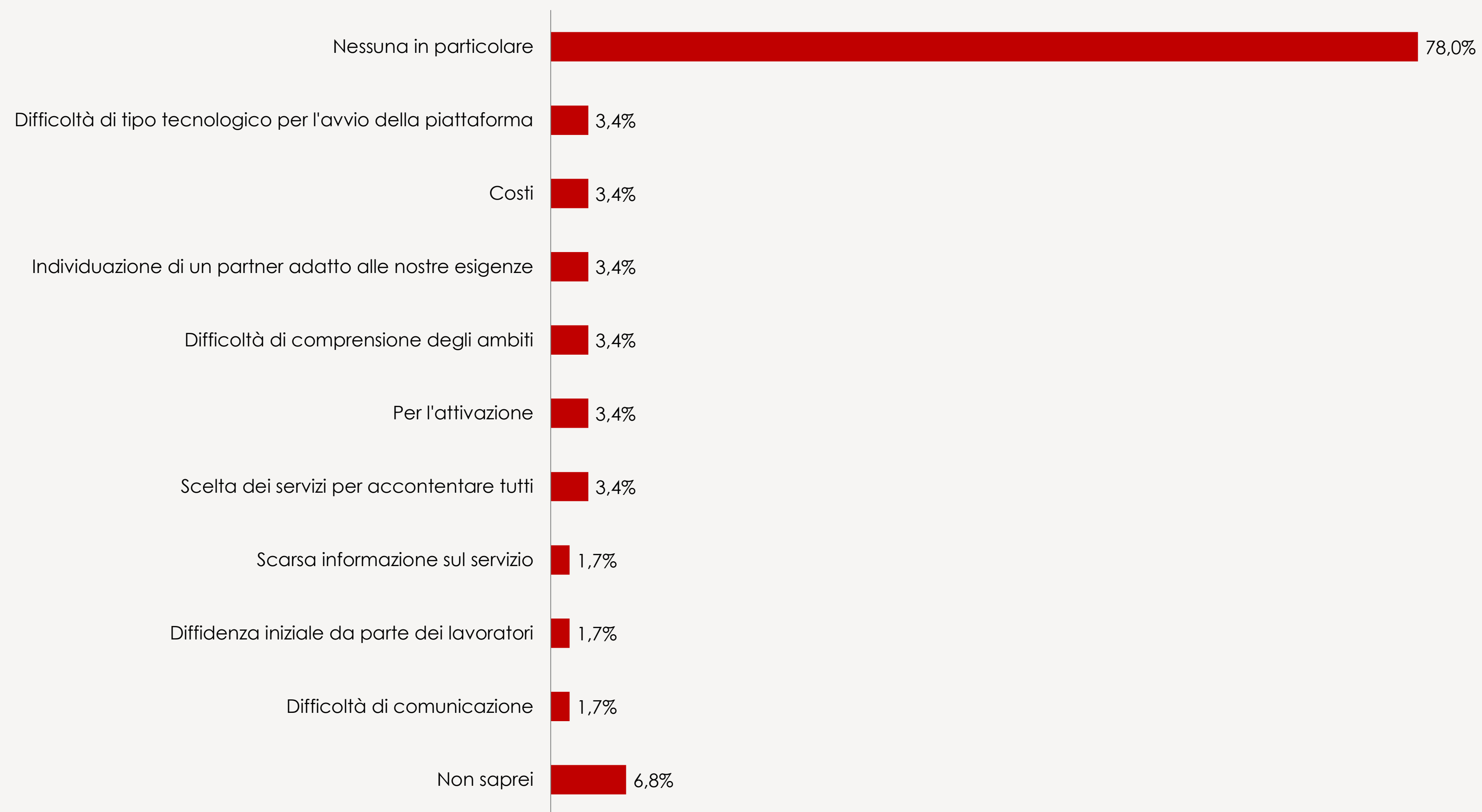
BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTO WELFARE AZIENDALE  
(N. 59 – 39,3% del totale campione)

# IFORNITORI DI SERVIZI DI WELFARE



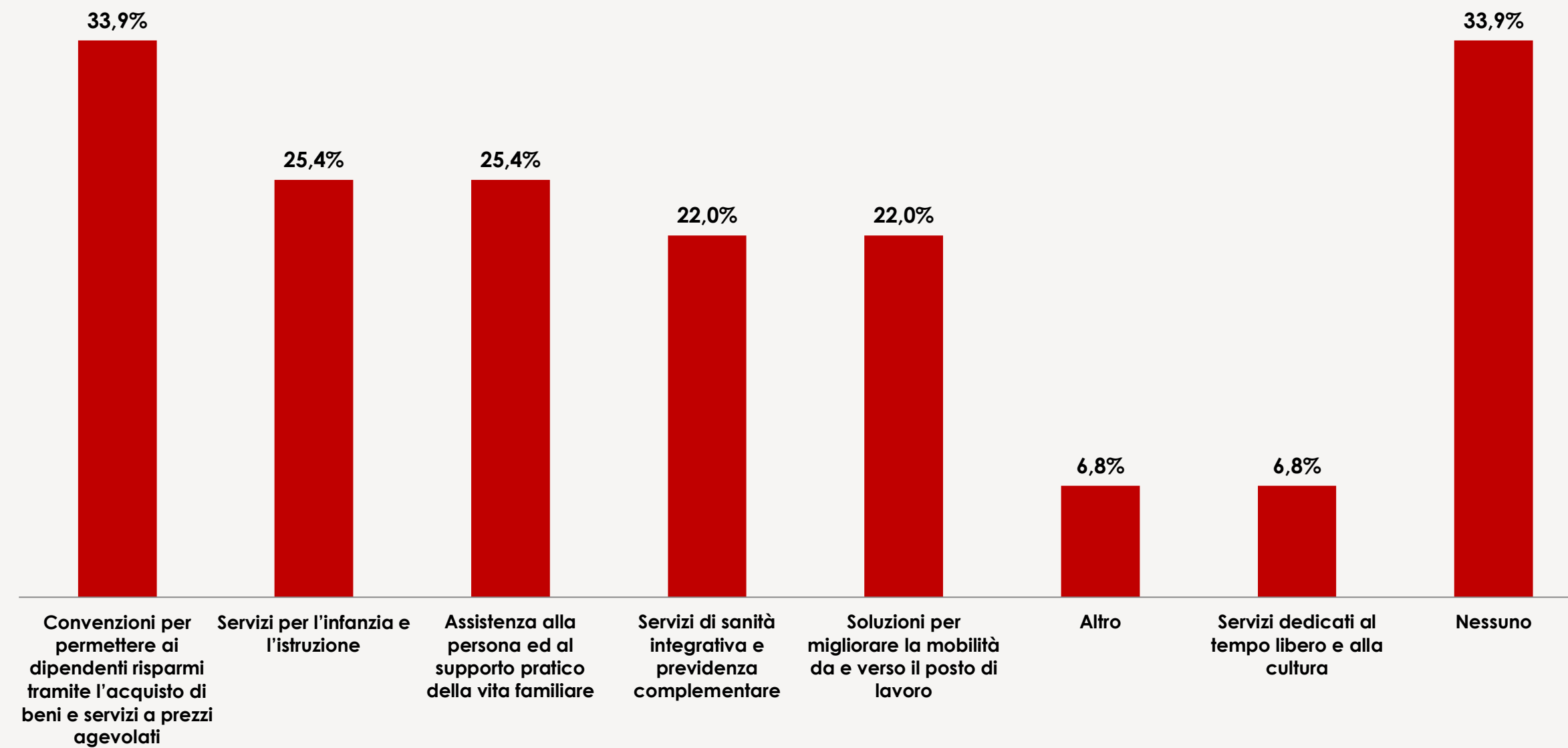
BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTTO WELFARE AZIENDALE  
(N. 59 – 39,3% del totale campione)

# DIFFICOLTÀ INCONTRATE



BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTTO WELFARE AZIENDALE  
(N. 59 – 39,3% del totale campione)

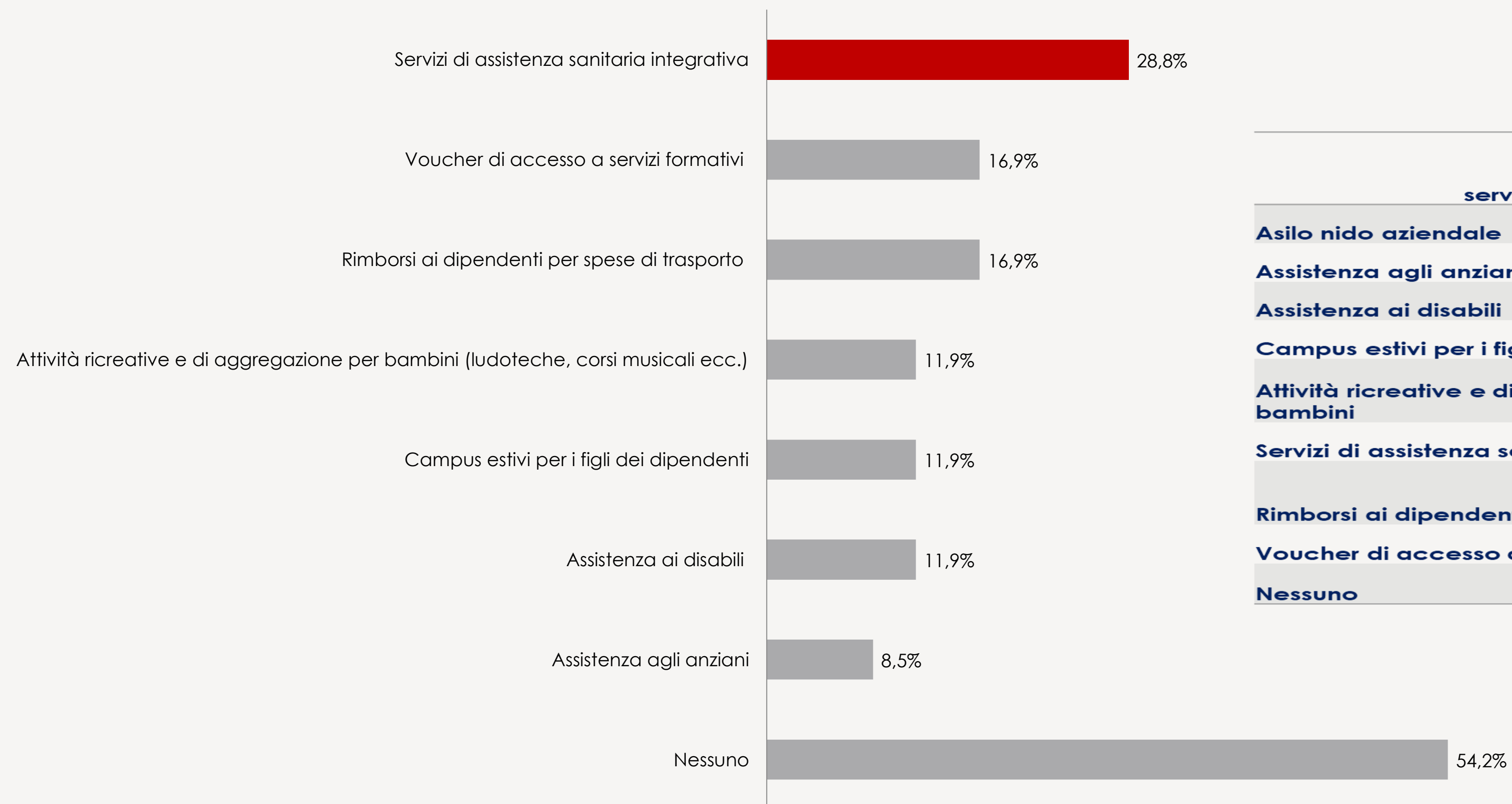
# SVILUPPI FUTURI



	DA 10 A 49 ADDETTI	PIÙ DI 50 ADDETTI
ASSISTENZA ALLA PERSONA ED AL SUPPORTO PRATICO DELLA VITA FAMILIARE	13,5%	<b>45,5%</b>
CONVENZIONI PER PERMETTERE AI DIPENDENTI RISPARMI TRAMITE L'ACQUISTO DI BENI E SERVIZI A PREZZI AGEVOLATI	29,7%	40,9%
SOLUZIONI PER MIGLIORARE LA MOBILITÀ DA E VERSO IL POSTO DI LAVORO	24,3%	18,2%
SERVIZI DEDICATI AL TEMPO LIBERO E ALLA CULTURA	2,7%	13,6%
SERVIZI PER L'INFANZIA E L'ISTRUZIONE	27,0%	22,7%
SERVIZI DI SANITÀ INTEGRATIVA E PREVIDENZA COMPLEMENTARE	<b>27,0%</b>	13,6%
NESSUNO	<b>37,8%</b>	27,3%
ALTRO	0,0%	18,2%

BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTTO WELFARE AZIENDALE  
(N. 59 – 39,3% del totale campione)

# NUOVI SERVIZI



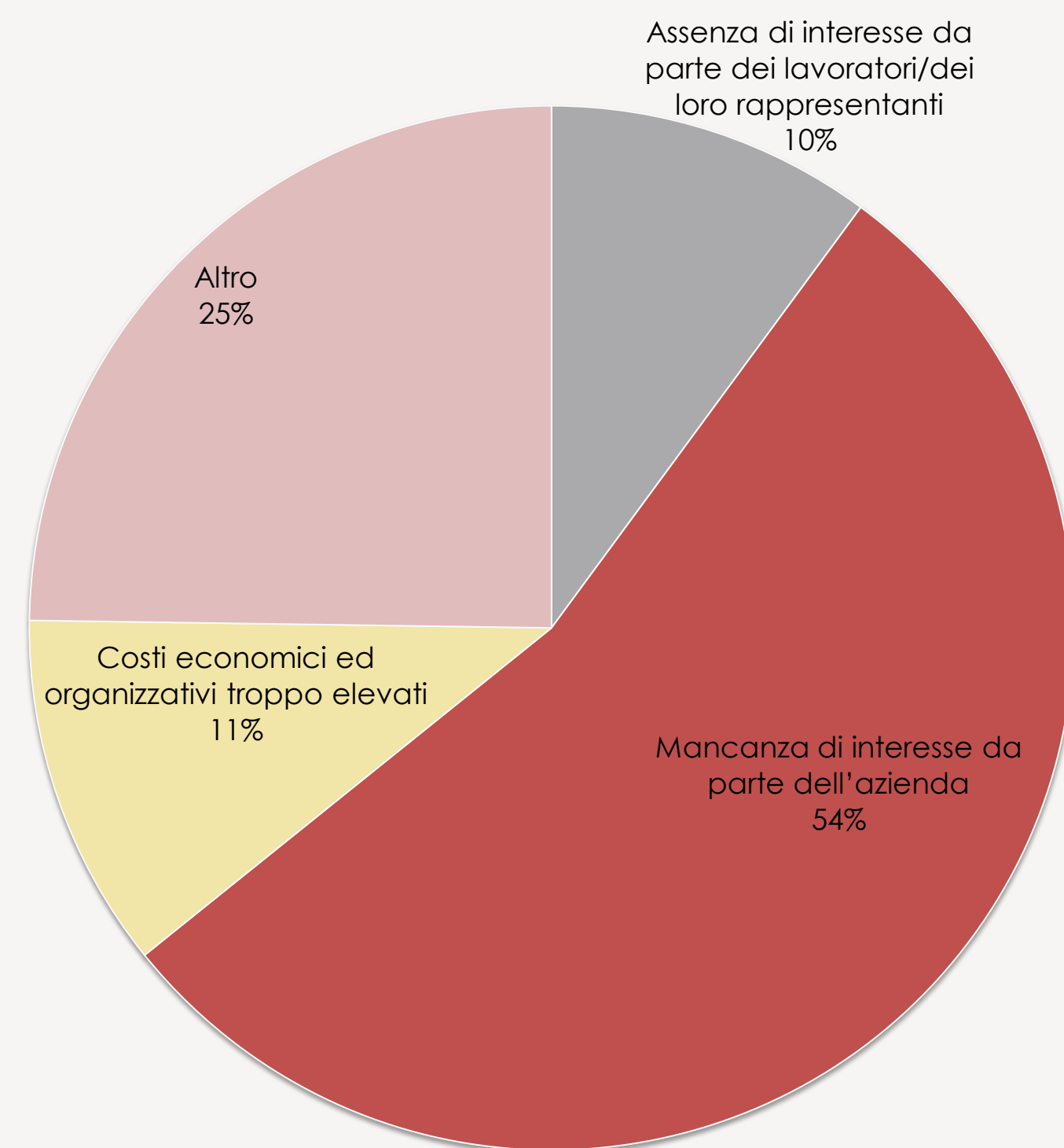
servizi proposti	servizi proposti	
	Da 10 a 49 addetti	Più di 50 addetti
Asilo nido aziendale	0,0%	0,0%
Assistenza agli anziani	5,4%	13,6%
Assistenza ai disabili	10,8%	13,6%
Campus estivi per i figli dei dipendenti	5,4%	22,7%
Attività ricreative e di aggregazione per bambini	2,7%	27,3%
Servizi di assistenza sanitaria integrativa	37,8%	13,6%
Rimborsi ai dipendenti per spese di trasporto	16,2%	18,2%
Voucher di accesso a servizi formativi	18,9%	13,6%
Nessuno	48,6%	63,6%

BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTO WELFARE AZIENDALE  
(N. 59 – 39,3% del totale campione)



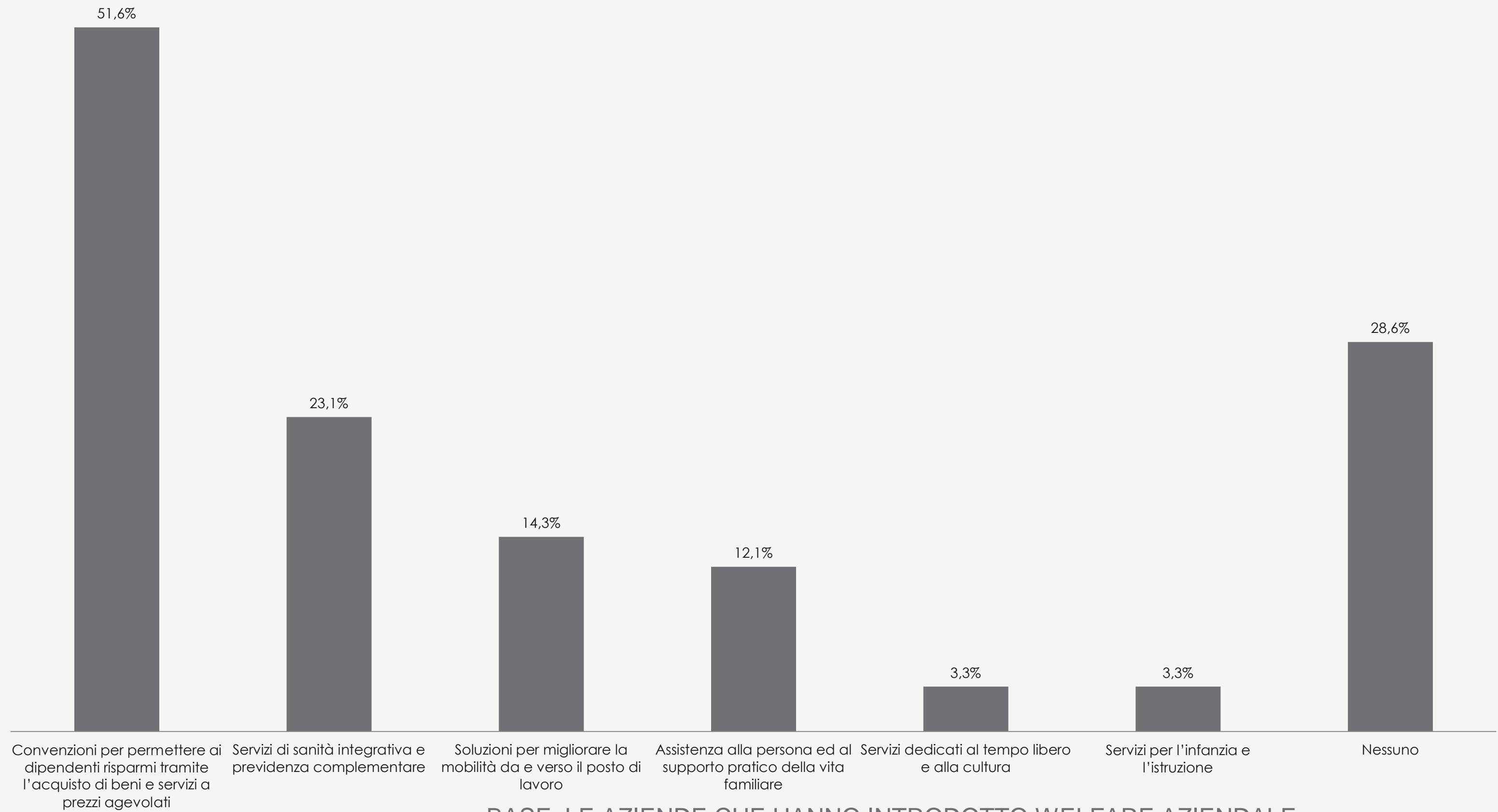
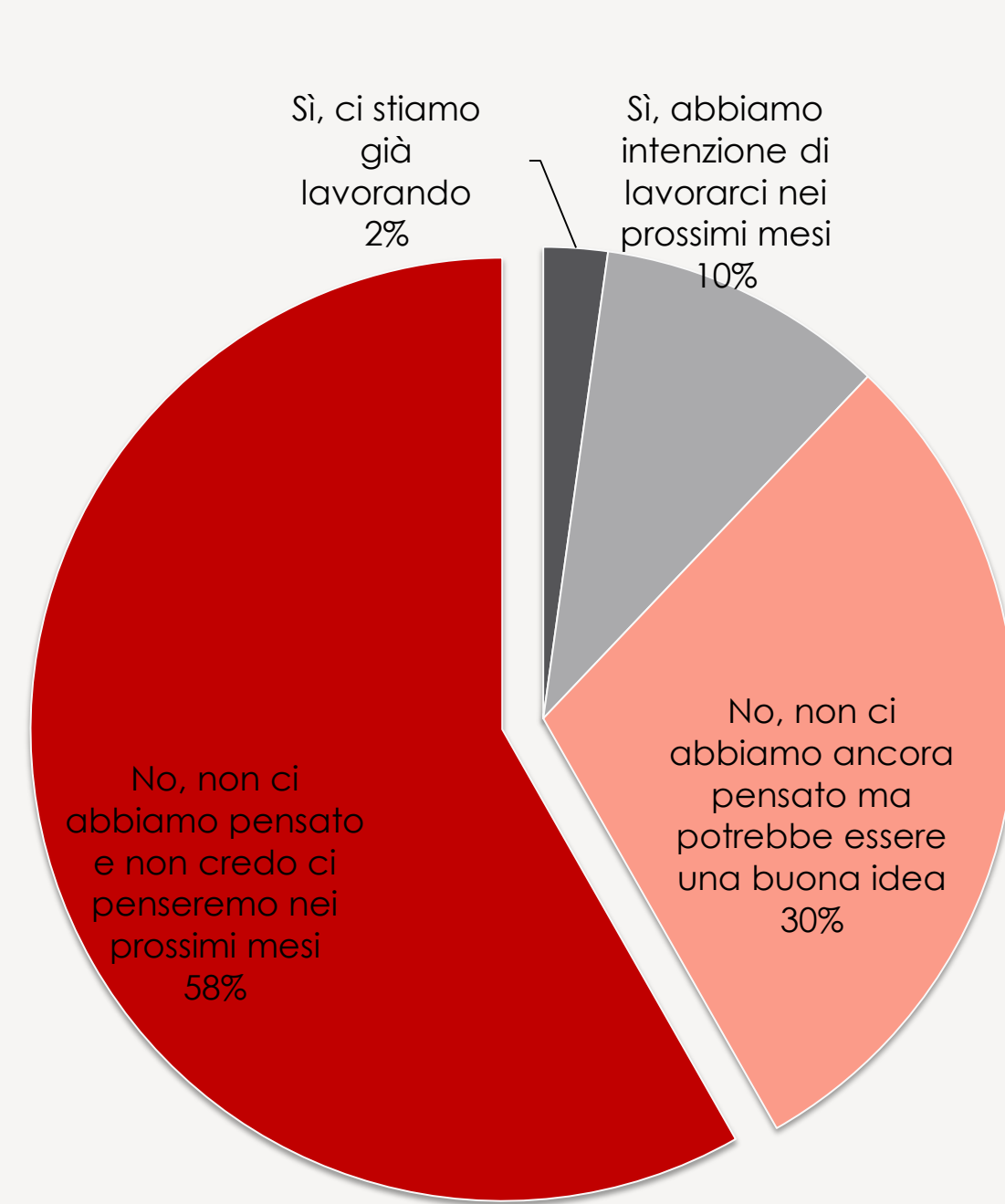
**LE AZIENDE CHE NON HANNO  
ATTIVATO INIZIATIVE DI WA**

# MOTIVI PER CUI NON È STATO INTRODOTTO IL WELFARE AZIENDALE



BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTO WELFARE AZIENDALE  
( N. 91 – 60,7% del totale campione)

# OPPORTUNITÀ DI INTRODUZIONE

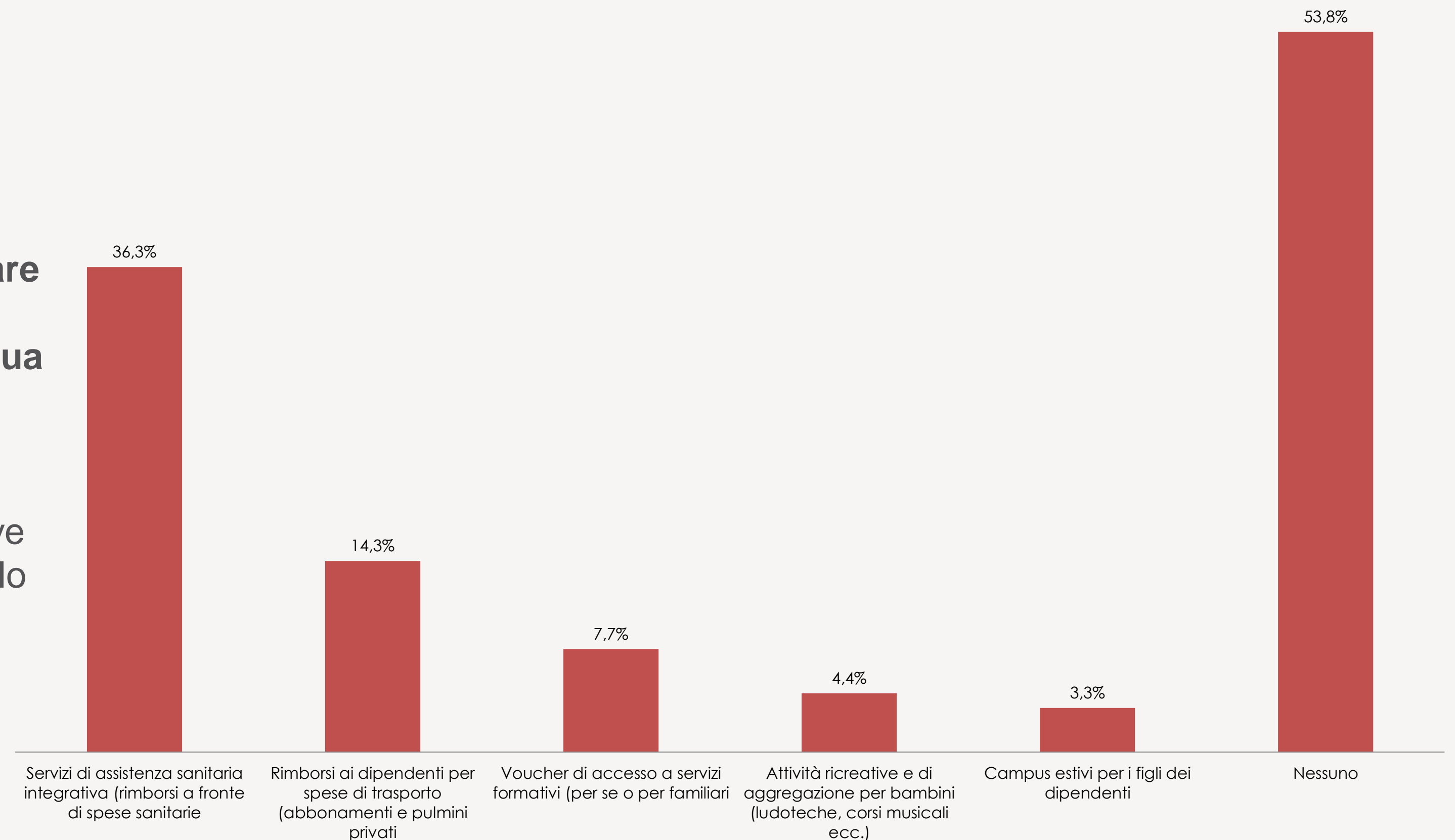


BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTTO WELFARE AZIENDALE  
( N. 91 – 60,7% del totale campione)

# INTERESSE VERSO SPECIFICI SERVIZI

Ore le elencherò alcuni servizi specifici di welfare aziendale. Quali - tra questi - ritiene sarebbe possibile attivare nei prossimi 6/12 mesi nella sua azienda?

Come già emerso nella valutazione delle prospettive di sviluppo dei servizi di welfare tra le aziende che lo hanno adottato, l'introduzione di sistemi di sanità integrativa è l'area che evidenzia maggiore appeal nel breve termine.



BASE: LE AZIENDE CHE HANNO INTRODOTTO WELFARE AZIENDALE  
( N. 91 – 60,7% del totale campione)  
Fonte: Indagine Focus Marketing

# **ICLUSTER DIMERCATO**

## UTILIZZATORI CONSOLIDATI (17%)

---

- ✓ Aziende che hanno introdotto il welfare aziendale da oltre tre anni  
Hanno spesso già introdotto servizi di mensa aziendale/buoni pasto.  
Hanno spesso sviluppato azioni di supporto all'introduzione del welfare aziendale (nel 61% dei casi).  
Non hanno ancora maturato, come gli altri cluster, una scelta netta tra gestione interna ed esterna del processo.  
Hanno una leggera minore predisposizione allo sviluppo di nuovi servizi (50%) rispetto alle aziende "più recenti"

## UTILIZZATORI RECENTI (22%)

---

- ✓ Aziende che hanno introdotto il welfare aziendale da meno di tre anni .  
Più delle altre offrono servizi di assistenza sanitaria.  
Hanno sviluppato meno azioni di supporto all'introduzione del welfare aziendale . (48% dei casi)  
Non prevale un modello di gestione interno o esterno.  
Hanno una maggiore predisposizione all'ampliamento ed all'introduzione di nuovi servizi (59%).

## IN PROCINTO DI UTILIZZARE (7%)

---

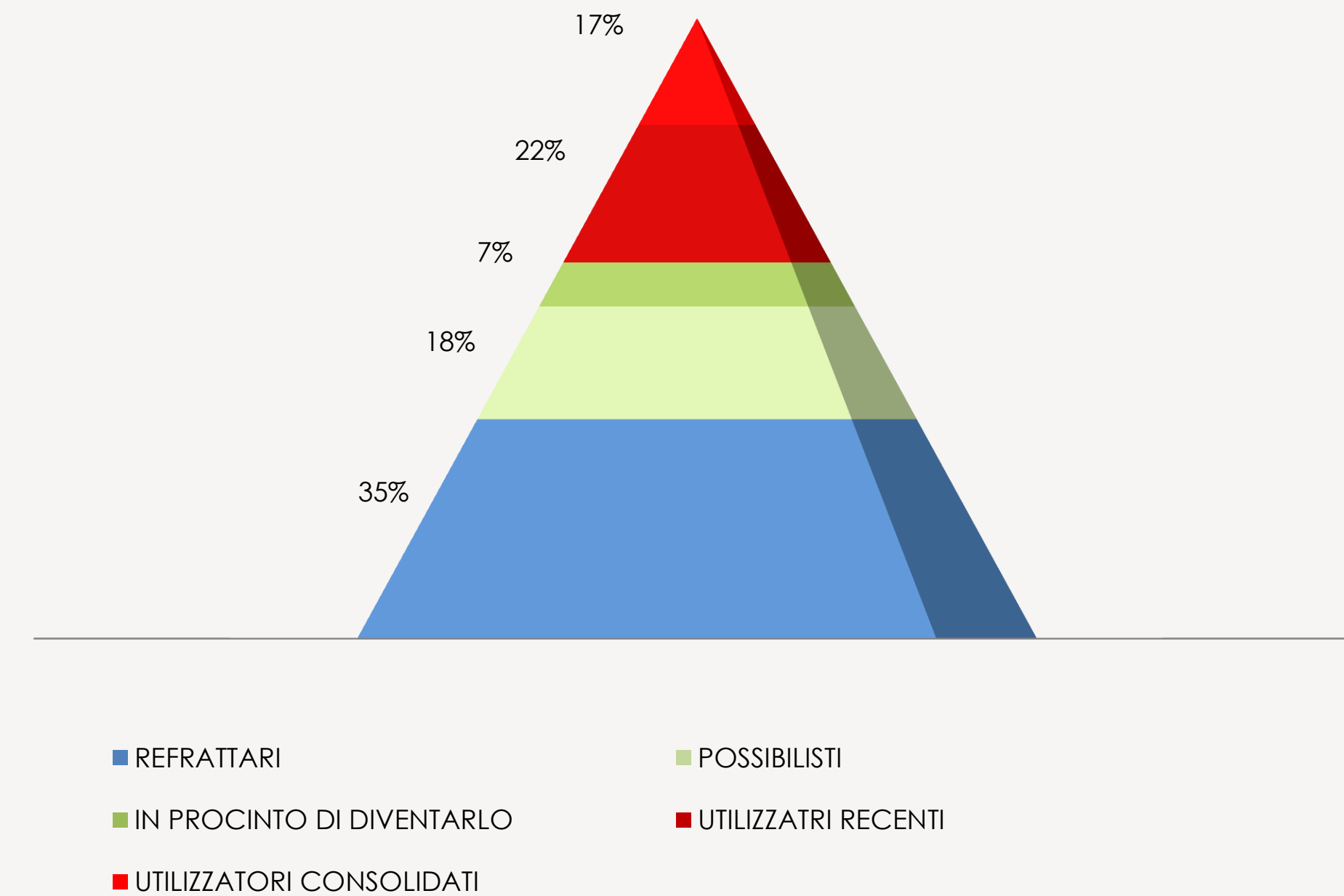
- ✓ Sono prevalenti tra le imprese più grandi appartenenti ai settori dei servizi e della logistica.  
La motivazione prevalente alla mancata introduzione è lo scarso interesse che fin qui ha caratterizzato l'azienda.  
Sono prevalentemente interessati allo sviluppo di convenzioni per sconti e agevolazioni al consumo (90%) e pensano, nella metà dei casi, di introdurre a breve servizi di sanità integrativa.

## POSSIBILISTI (18%)

- ✓ Sono soprattutto piccole imprese appartenenti ai settori dei servizi. La motivazione più citata per la mancata introduzione è lo scarso interesse da parte dell'azienda. Sono nel 48% dei casi interessati all'introduzione di servizi di sanità integrativa.

## REFRATTARI (35%)

- ✓ Si tratta soprattutto di aziende piccole del settore del commercio e con una prevalenza di addetti maschi in azienda. Non sembrano neanche particolarmente interessati all'introduzione di servizi di sanità integrativa



# SINTESI CONCLUSIVA

- Il "prodotto" Welfare aziendale è nella fase di introduzione del suo ciclo di vita.
- Le sue caratteristiche (in particolare relativamente alle facilitazioni di natura fiscale) sono ancora poco conosciute.
- Emerge un gap di conoscenza che dovrebbe essere colmato affinché si possano realizzare a pieno le potenzialità di sviluppo.
- Le potenzialità di sviluppo sono connesse sia all'ampliamento dei servizi da parte delle aziende che hanno già introdotto programmi di welfare aziendale, sia nell'avvio di nuovi piani di welfare.
- Quasi la metà delle aziende che non hanno ancora attivato un percorso di introduzione del welfare aziendale si dichiara almeno possibilista rispetto all'ipotesi di una sua adozione.
- Il welfare aziendale, pur presupponendo un sistema di servizi di più agevole fruizione da parte di aziende di medio-grande dimensione, può essere accolto e utilizzato anche da imprese di minore dimensione che sempre più, negli ultimi tempi, stanno sviluppando programmi e progetti per la sua introduzione.
- Coerentemente alla struttura produttiva ed economica della provincia di Roma il settore che più di tutti presenta maggiori potenzialità di sviluppo per il welfare aziendale è quello dei servizi.



# SINTESI CONCLUSIVA

- La motivazione prevalente di adozione ed il beneficio maggiormente ricercato sono da ricondursi al miglioramento del clima aziendale ma diverse aziende cominciano anche a percepire i vantaggi fiscali.
- Quanto agli specifici servizi maggiormente diffusi e a maggiore potenzialità di sviluppo:
  - Mense aziendali e buoni pasto sono i benefit più diffusi (soprattutto tra le piccole imprese) assieme all'assistenza sanitaria integrativa (preponderante nelle imprese più grandi);
  - l'assistenza sanitaria integrativa è il servizio che più di tutti potrebbe sperimentare uno sviluppo a breve termine;
  - la possibilità di disporre di benefit e agevolazioni economiche per i consumi dei dipendenti costituisce l'altra area di principale interesse per le aziende.
- Le aziende «consolidate» sono in misura maggiore di piccola dimensione, e offrono soprattutto servizi di mensa aziendale e/o buoni pasto, presentano discrete potenzialità di ampliamento dei servizi soprattutto in ambito sanitario;
- Le aziende «di recente acquisizione» sono in media aziende più grandi e offrono prevalentemente servizi di assistenza sanitaria integrativa; esprimono potenzialità di sviluppo maggiori rispetto alle "consolidate";
- Tra le aziende di maggiore dimensione appartenenti ai settori dei servizi vi è una proporzione maggiore di clienti potenziali o possibilisti e il servizio che riscuote il maggiore interesse a breve termine è l'assistenza sanitaria integrativa.
- L'indicazione delle **caratteristiche ideali** di una offerta di servizi di welfare aziendale riguardano: efficienza e