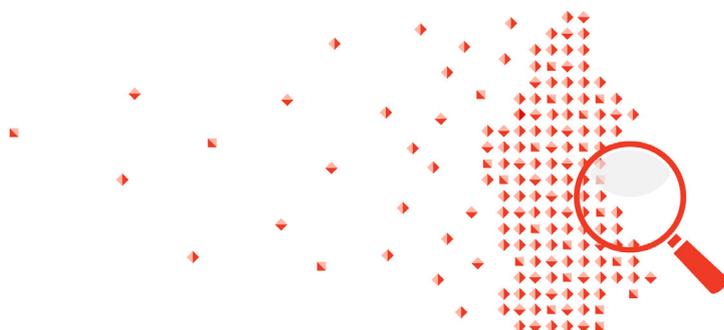




FOCUS REPORT

Il Welfare Aziendale: l'opinione delle imprese e dei lavoratori

2025



Comunicato stampa
01 aprile 2025

Ambito dell'indagine

Il Centro Studi sul Terziario del Piemonte Nord - in collaborazione con la società di ricerche socio economiche EconLab Research Network - torna ad affrontare il tema del Welfare Aziendale, di centrale importanza sia per le aziende sia per i lavoratori, dopo la prima ricerca condotta nel 2018.

Introdotta con la legge di stabilità del 2016, il Welfare Aziendale fa riferimento ad un sistema di prestazioni, servizi, iniziative che si traducono in benefit corrisposti ai dipendenti con finalità sociali/educative/previdenziali, integrando il reddito e rispondendo al divario salariale e/o di genere. Si ricorda che non sono tassati in capo al lavoratore, mentre sono deducibili per il datore di lavoro. Oltre che ai diretti benefici economici per il lavoratore e per l'azienda, il Welfare favorisce la produttività e la fedeltà all'azienda e promuove un miglior clima organizzativo.

Il Focus è stato realizzato mediante la somministrazione di un'indagine online, condotta tra i mesi di giugno e di luglio 2024 e veicolata al mondo delle imprese e dei lavoratori dipendenti, grazie alla collaborazione degli Enti Bilaterali e delle Parti Sociali dei territori interessati, con l'obiettivo di valutare l'evoluzione e la diffusione che il sistema del Welfare ha avuto nel Piemonte Nord, ovvero, si ricorda, nelle province di Novara, VCO, Biella e Vercelli.

A seguire, verranno illustrati i risultati emersi dai due questionari, esponendo le opinioni delle aziende terziarie e dei lavoratori sul tema in analisi e mettendo a confronto le due differenti prospettive, da cui emergano punti di contatto o eventuali gap.



Welfare aziendale: la parola alle imprese del Piemonte Nord

All'Indagine hanno partecipato 136 aziende del Terziario, localizzate nell'area del Piemonte Nord. Nel 44,1% dei casi, i rispondenti hanno sede nelle province di Novara e VCO, il 19,9% nel Vercellese e l'11,8% nel Biellese, rispecchiando i rapporti di forza del tessuto imprenditoriale di ciascun territorio. Dal punto di vista societario, le ditte individuali coprono il 36,0% del totale, seguite, a quota 33,8%, dalle società di capitale e, a quota 27,2%, dalle società di persone. Poco più del 60% del totale è attivo sul mercato da oltre vent'anni, il 20,6% da un periodo compreso «tra gli 11 e i 20 anni», a testimonianza di una buona solidità e maturità delle aziende sul mercato di riferimento; di contro, solo il 7,3% è in attività da al massimo 3 anni.

Il campione delle aziende è in prevalenza costituito da organizzazioni di piccole dimensioni: tra titolari, soci e lavoratori dipendenti, il 42,7% dei rispondenti occupa «da 4 a 10 addetti», il 39,7% ha, invece, al massimo 3 addetti. In termini di fatturato, la quota prevalente, pari al 22,8% del totale, si colloca nella classe «100-250» milioni di euro, seguito da un 17,6% appartenente alla fascia «250-500» milioni. Tra i comparti del Terziario, prevale il settore «Commercio» con un'incidenza pari al 46,3% del totale; «Turismo e tempo libero» concorrono al 37,5%, mentre le aziende attive nei «Servizi» sono al 16,2%.

Il 71,3% dei rispondenti conosce le opportunità per il datore di lavoro connesse al Welfare aziendale, ma in larga parte solo superficialmente, dichiarando infatti di avere una conoscenza «ridotta» (33,8%) o «nulla» (28,7%) dei benefici legati a questo strumento. Di questo sottocampione, quasi il 70% vorrebbe maggiori informazioni sui benefici fiscali e organizzativi ad esso connessi, mentre il restante 30,6% non mostra interesse.

Lo strumento del Welfare Aziendale risulta ancora poco utilizzato dalle imprese terziarie del Piemonte Nord: **rappresentano solo il 31,6% del campione intervistato le aziende del campione che prevedono già iniziative di Welfare aziendale per i propri dipendenti**. Di contro, il 68,4% dei rispondenti al momento non ha dato vita a politiche di Welfare destinate al proprio personale.

Visto il comportamento dicotomico in merito all'applicazione di strumenti di Welfare, il questionario è stato quindi suddiviso in due distinte sezioni.

Nelle aziende a campione in cui sono già in essere iniziative di Welfare, prevalgono i «Fringe benefits» (credito Welfare per acquisti) presenti nel 62,8% dei casi. Seguono le attività di «Formazione per i dipendenti» (34,9%), la «Sanità integrativa» (30,9%), le forme di «Conciliazione vita-lavoro» (27,9%). La «Previdenza integrativa», invece, non va oltre al 14,0%. Il personale di queste imprese ha accolto molto favorevolmente le iniziative e l'utilizzo è stato ampio (83,7%). Inoltre, il 72,1% dichiara di voler «mantenere invariata la spesa» per il 2024-2025, mentre il 27,9% pensa di «aumentare l'investimento»; nessuno, invece, ipotizza riduzioni.



All'opposto, **le aziende a campione che non hanno ancora attivato iniziative di Welfare indicano come principali motivazioni il «basso numero di dipendenti» (45,2%) e la «scarsa informazione circa le opportunità offerte dal Welfare» (33,3%)**. Poco più del 10,0% lamenta «costi troppo elevati». Ciò premesso, il 54,8% di questo sotto-campione indica di non essere comunque interessato; il 39,8% è indeciso e vorrebbe maggiori informazioni, mentre il 5,4% si dimostra interessato ad attivare servizi di Welfare. «Formazione per i dipendenti» e «Sanità integrativa», ciascuno con il 40,5% delle preferenze, «Fringe benefit» (38,1%) e «Previdenza integrativa» (28,6%) sono i servizi verso cui si orienterebbero le aziende, che ad oggi sono ancora indecise per mancanza di adeguata informazione o che pensano di dar vita in futuro ad un sistema di Welfare.

Welfare aziendale: la parola ai lavoratori del Piemonte Nord

All'Indagine destinata ai lavoratori hanno partecipato 83 lavoratori del Piemonte Nord. Un'ampia maggioranza (86,7%) è rappresentata da donne. Il 69,9% ha un'età compresa nella fascia dai «35 ai 50 anni», seguita da un 25,3% nella fascia «50-65 anni»; sfiora il 5,0% la classe «29-34 anni». Quasi all'unanimità (98,8%) i lavoratori rispondenti sono di nazionalità italiana.

La metà circa dei rispondenti è stato assunto al terzo (25,3%) e al quarto (24,1%) livello del CCNL del Terziario. Al secondo livello e al quinto livello, invece, si trovano rispettivamente il 13,3% e il 12,0% del campione. Con riferimento alla forma contrattuale, il 90,4% dei rispondenti vanta un contratto a tempo indeterminato, godendo pertanto di una condizione lavorativa stabile; l'8,4% del totale ha un contratto di lavoro a tempo determinato, mentre solo il restante 1,2% è stagionale.

Tutti e tre i macro-comparti del Terziario sono rappresentati in sede di indagine. Il 38,6% dei lavoratori che hanno partecipato al questionario opera nei «Servizi», il 34,9% nel «Commercio». Il segmento «Turismo e tempo libero» presenta una quota pari al 26,5%. La dimensione delle aziende in cui sono occupati, in termini di dipendenti, vede tre gruppi principali, tutti nell'intorno del 30%: la classe «11-50 addetti» incide per il 30,1%, quella «4-10» per il 28,9% e la «51-250» per il 26,5%.

La netta maggioranza del campione (78,4%) convive con il coniuge (62,7%) oppure con il compagno/a (15,7%). L'84,3% del totale ha figli: il 79,5% «fiscalmente a carico», il 4,8% «non fiscalmente a carico»; più in dettaglio, il 62,1% del sotto-campione ha «2 figli», il 30,3% «1», mentre il restante 7,6% «3 figli». **Significativa la presenza di «criticità» legate al nucleo familiare: l'84,3% del totale denuncia problematiche con riferimento alle «Spese scolastiche» (82,9%) e alla «Assistenza medico-sanitaria» (50,0%);** il 18,6% segnala «Disturbi dell'apprendimento», l'11,4% si trova a gestire «Anziani non autosufficienti».



In sintesi, il campione è risultato costituito prevalentemente da donne con figli, lavoratrici per lo più a tempo indeterminato e impiegate (la metà del totale) al terzo e al quarto livello (si ricordi che sulla base delle previsioni del CCNL per il terzo livello la retribuzione minima, comprensiva delle contingenze, è pari a 1.908,75 euro, per il quarto a 1.718,75 euro).

Dopo aver illustrato puntualmente le caratteristiche di lavoratori/lavoratrici a campione, si passano ad esaminare la conoscenza e le opportunità legate al Welfare. **Oltre l'80% del totale conosce i vantaggi legati al Welfare, ma con gradi differenti:** il 22,9% dichiara di essere ben informato sul tema, il 26,5% conosce solo «abbastanza» i benefici connessi a questo tipo di iniziative, il 34,9%, invece, li conosce «poco»; il restante 15,7%, infine, non sa nulla. In generale, **quasi all'unanimità (90,4%) i rispondenti all'Indagine vorrebbero maggiori informazioni** sulle opportunità garantite da questo ventaglio di iniziative.

Con riferimento allo status quo, **il 40% circa del totale dichiara che la propria azienda non ha ancora adottato strumenti di Welfare, mentre il 21,7% addirittura «non lo sa».** Il restante 38,5% può usufruire dei benefici legati al Welfare, ma solo per il 10,8% tali strumenti sono assicurati in maniera strutturata, mentre circa il doppio (20,5%) ne usufruisce solo in forma episodica/una tantum; per il 7,2% del campione, infine, alcune iniziative sono fisse e quindi «certe», altre una tantum.

Laddove sono state messe in atto iniziative di Welfare, gli ambiti prevalenti sono stati indicati nella «Sanità integrativa» (59,4%), nei «Fringe benefit/credito Welfare per acquisti» (40,6%) e nelle forme di «Conciliazione vita-lavoro» (28,1%). Un'incidenza del 22% circa è ottenuta da «Formazione per i dipendenti» e da «Previdenza integrativa». Quote meno significative vengono assegnate a «Tempo libero e cultura», ad «Altre polizze assicurative» non previdenziali né sanitarie, alla «Mobilità sostenibile», all'ambito «Diritti, diversità e inclusione».

Sotto il profilo dell'adesione alle iniziative proposte dall'azienda, la quota prevalente, pari al 78,1%, ne ha usufruito; in particolare, è la «Sanità integrativa» a svertare su tutti i servizi con un'incidenza del 60,0%. Una quota decisamente inferiore, pari al 36,0%, ha usufruito di «Fringe benefit», seguita da un 24,0% che ha partecipato a percorsi di «Formazione per i dipendenti» e da un 20,0% che ha fatto ricorso a forme di «Conciliazione vita-lavoro».

Di contro, **coloro che non hanno aderito alle iniziative di Welfare proposte nella loro azienda (21,9% del campione) indicano come motivazione principale - nel 42,9% dei casi - il fatto che «non ne erano a conoscenza».** Il 28,6% di questo sotto-campione, invece, non ha aderito in quanto le iniziative «non incontravano le proprie esigenze». Il 14,3%, infine, ne avrebbe probabilmente usufruito non direttamente, ma se fosse stato possibile estendere ai propri familiari le opportunità del Welfare Aziendale.



Proprio la **possibilità di “allargamento” dei benefici ai familiari** è stato oggetto di una domanda specifica, posta però a quanti hanno aderito ad iniziative di Welfare interne (si ricordi pari al 78,1% del totale). Dal quesito è emerso che **nel 64,0% dei casi «tale opzione non è prevista nel pacchetto aziendale»**, mentre il 12,0% «non ne ha avuto la necessità». Il restante 24,0%, che ha avuto l’opportunità di coinvolgere i propri familiari conviventi nel sistema di Welfare aziendale, lo ha fatto per lo più per quelli “a carico” (20,0% contro il 4,0% di quelli non a carico).

Restando nell’ambito di realtà professionali che hanno attivato un piano di Welfare, **un’ampia fetta di lavoratori (59,6%) si dimostra favorevole ed interessato alla possibilità di estendere i benefici del Welfare Aziendale anche ai propri «familiari non conviventi»** e, specialmente (94,7%), ai genitori o agli ascendenti prossimi. Mentre il 28,1% al momento della rilevazione non sa se utilizzerebbe questa opzione, il 12,5% non si dichiara interessato.

In generale, tornando a considerare l’intero campione dei dipendenti, **le aree di Welfare Aziendale ritenute più utili risultano, con oltre la metà delle preferenze, il «Sostegno economico ai dipendenti e alle famiglie» (66,3%), la «Sanità integrativa» (54,2%), e il «Sostegno all’istruzione di figli e familiari» (50,6%)**. Non lontano dalla metà si colloca l’item «Conciliazione vita-lavoro, sostegno economico ai genitori, pari opportunità» (48,2%). Un’incidenza inferiore al 30,0% si rileva per «Cultura, ricreazione e tempo libero» e per la «Previdenza integrativa». Fanalini di coda, al di sotto del 10,0% delle preferenze, forse in quanto ritenuti non strettamente legati al Welfare, ma piuttosto all’organizzazione e alle condizioni di svolgimento delle mansioni sul posto di lavoro, la «Formazione per i dipendenti» (9,6%) e la «Sicurezza e prevenzione degli incidenti sul lavoro» (8,4%).

Il “Credito Welfare” (o Fringe benefit) può essere utilizzato per acquistare diverse tipologie di beni e servizi. È stato chiesto, pertanto, ai rispondenti di indicare quale, tra le differenti opzioni indicate nella domanda, avrebbero utilizzato in via principale. Tra i beni e i servizi proposti ed usufruibili attraverso i «Fringe benefit», **l’intero campione dei lavoratori intervistati darebbe priorità al «Rimborso spese mense scolastiche, trasporto casa-scuola, libri» (62,7%), ai «Buoni spesa e buoni carburante» (57,8%), al «Rimborso spese scolastiche (rette)» (42,2%) e al «Rimborso vacanza studio, centri estivi, gite scolastiche» (39,8%)**. Tale risultato non stupisce, se si pensa che il campione è costituito per lo più da lavoratrici madri con figli; proprio l’ampia sfera di spese legate all’istruzione e alla gestione dei figli costituisce una delle voci più pesanti del budget familiare.



L'App "Go-Welfare"

"Go-Welfare" è una App che permette di utilizzare i «Crediti Welfare» (Fringe benefit) per fare acquisti direttamente nei negozi di vicinato/supermercati/bar/ristoranti preferiti, pagando in maniera semplice, veloce e sicura con lo smartphone, mediante QR-Code, o "gift card".

Soffermando l'attenzione sul campione delle aziende, **l'86,8% dei rispondenti dichiara di «non conoscere» questa App**. Quanti la conoscono rappresentano l'8,1% del totale, mentre il 5,1% «ne ha sentito parlare, ma vorrebbe maggiori informazioni».

Circa la possibilità di entrare nel circuito della App, il 50,0% dichiara, al momento della rilevazione, di non essere interessato ad aderire e, quindi, a diventare fornitore di beni/servizi rientranti nel "Credito Welfare" per i lavoratori della sua zona. Al contrario, **l'11,8% è intenzionato a partecipare alla App, per ampliare la propria clientela e notorietà**. Un'ampia fetta, pari al 38,2% del campione, si dichiara infine indecisa al momento dell'intervista. Ad ogni modo, **quasi un terzo (30,8%) degli indecisi desidererebbe essere contattato per «ricevere maggiori informazioni»** sulle convenzioni attivabili tramite Go-Welfare.

Passando ora ad analizzare quanto emerso nel caso dei lavoratori/lavoratrici a campione, con riferimento al livello di conoscenza della App "Go-Welfare", **il 62,7% del totale non la conosce**, il 20,5% - percentuale quindi più che doppia rispetto a quella delle imprese - la conosce, mentre il 16,9% «ne ha sentito parlare e vorrebbe maggiori informazioni». **L'81,9% del totale si dice disponibile a spendere il «Credito Welfare» anche in esercizi di vicinato, bar, ristoranti, e non solo nella GDO**.

Considerazioni conclusive

Come si presenta il sistema del Welfare nel Piemonte Nord? **L'analisi dell'Indagine effettuata presso le aziende e presso i lavoratori del Terziario prospetta, in estrema sintesi, una scarsa conoscenza e diffusione dello strumento**, nonostante siano trascorsi otto anni dall'entrata in vigore della riforma.

Maggior consapevolezza è sicuramente più presente tra i lavoratori, mentre le aziende non sembrano aver colto i benefici fiscali ed organizzativi connessi allo strumento.

Le risposte dei lavoratori denotano le difficoltà di manovra nella gestione di un budget familiare sempre più gravato da spese legate ai figli e cresciute, a prescindere, visti gli alti livelli di inflazione. L'integrazione della retribuzione attraverso la parziale copertura di spese, grazie a strumenti messi a disposizione dal Welfare



Aziendale, risulta apprezzata dai lavoratori, che **auspicano l'opportunità di poterla estendere ai propri familiari**. Del resto, dal sistema di Welfare Aziendale ci si aspetta, a torto o a ragione, la possibilità di colmare il gap dell'Italia rispetto a modelli più performanti che caratterizzano altri Paesi europei.