



BUONE NOTIZIE (CORRIERE)

Date: 04.02.2020 Page: 14
Size: 217 cm2 AVE: € .00
Publishing:
Circulation:
Readers:

L'analisi

PROFIT E NON PROFIT MA TRA I DUE POLI VA GARANTITA LA FINALITÀ SOCIALE

di **FEDERICO RAZETTI***

Il welfare aziendale cresce. E cresce a ritmi particolarmente robusti, come dimostrato dagli studi descritti qui a fianco. Le innovazioni del quadro normativo negli ultimi anni hanno reso particolarmente vantaggioso, sia per le imprese sia per i lavoratori, investire in questo campo. I fenomeni strutturali alla base del welfare aziendale – le trasformazioni del mondo del lavoro, la ridefinizione del ruolo del sindacato, la maggiore consapevolezza della responsabilità sociale da parte delle imprese, le carenze del welfare state tradizionale – invitano tuttavia a guardare a questa forma di welfare da angolazioni differenti. La sua comprensione, nel quadro della più generale ristrutturazione dei nostri sistemi di protezione sociale, chiama in causa tanto gli studi sulle relazioni industriali quanto gli studi incentrati sulle trasformazioni dei welfare state. Un fenomeno particolarmente significativo da entrambi i punti di vista è lo sviluppo di un vero e proprio mercato, che vede protagonisti i cosiddetti operatori o "provider" di welfare aziendale. L'interesse di questo mercato risiede nella sua particolare natura, ovvero nella compresenza, al suo interno, di una dimensione privatistica (il welfare aziendale è frutto delle decisioni aziendali, unilaterali o contrattate, e i provider sono società private) e di una dimensione legata alla finalità sociale degli interventi (che giustifica i vantaggi fiscali). È nella tensione fra queste due polarità che conviene leggere gli sviluppi attuali. Se l'estensione di nuove forme di protezione sociale a platee crescenti di lavoratori non può che essere salutata positivamente (anche per l'effetto di rivitalizzazione delle funzioni di

rappresentanza dei corpi intermedi che può generare), occorre interrogarsi più a fondo di quanto si sia fatto sino ad oggi sulla qualità dei processi che sfociano nella messa a punto dei piani di welfare e delle prestazioni che vi sono incluse. Fino a che punto la finalità sociale del welfare aziendale è garantita? Le ricerche empiriche disponibili segnalano il rischio che, per la natura recente del fenomeno e alcune storture normative, il welfare aziendale si limiti, da un lato, a essere poco più di un equivalente salariale per i lavoratori e, dall'altro, a generare una riduzione del cuneo fiscale per gli imprenditori. Esperienze ancora minoritarie segnalano però che strade alternative sono percorribili. Numerose sono in tal senso le buone pratiche – provenienti dal mondo profit e, molto spesso, anche da quello del non profit – contraddistinte da un'attenta lettura dei bisogni, da un adattamento dell'offerta in funzione delle specificità aziendali o territoriali, da un'efficace attività di comunicazione, da un serio accompagnamento dei dipendenti nella "decodifica" dell'offerta e nell'orientamento fra le opzioni disponibili (pubbliche e private). Ingredienti essenziali per rafforzare l'ancoramento del welfare aziendale alla dimensione sociale, che in futuro potrà sempre più beneficiare di auspicabili processi di ibridazione fra mondo profit, abituato a dialogare con il sistema produttivo, e settore non profit, da sempre impegnato nell'offerta di welfare e oggi in attesa dell'attuazione della riforma del Terzo settore.

**Università degli Studi di Milano e Percorsi di Secondo welfare*

Ritaglio Stampa ad uso esclusivo del destinatario. Non riproducibile