

5 x 1000

La tua firma è la mia cura

Dal
1950

insieme contro
la cecità nel
mondo



Salvami dalla cecità

Sightsavers: una missione iniziata nel 1950. 68 anni di storia, oltre 295 milioni di trattamenti distribuiti per proteggere dalla cecità dei fiumi, più di 6 milioni di operazioni di cataratta per ridare la vista, abbiamo restituito a più di 180.000 persone con disabilità il diritto di vivere in maniera indipendente. Il 75% dei casi di cecità nel mondo sono curabili, ma la povertà impedisce a troppi di accedere alle cure di cui hanno bisogno. Tu puoi cambiare questi numeri, donando il tuo 5x1000 a Sightsavers!

www.sightsavers.it

Dona il tuo **5x1000**
a Sightsavers

97653640017
codice fiscale



Sightsavers
Italia ONLUS



Cogli i vantaggi della Finanziaria



welfarepellegrini.it

Pellegrini Card:
il buono pasto
che viaggia sui POS bancari

 Pellegrini

ristorazione
forniture alimentari
welfare solutions

distribuzione automatica
pulizie e servizi integrati

Voucher per acquisti e bonus per badanti e baby sitter le misure più richieste dai dipendenti

IL PANIERE NELL'ERA COVID

Aiwa: «Così la crisi cambia le priorità e i servizi»

DI ROBERTO CARCANO

Con il Covid-19 dovremo convivere a lungo e molti aspetti della nostra vita sono destinati a cambiare radicalmente. Almeno su questo punto la concordia è pressoché generale. Ma quanto e come incide questa consapevolezza sul welfare aziendale? È il quesito di partenza di una conversazione con **Emanuele Messagli**, presidente di AIWA, l'Associazione italiana welfare aziendale, mirata a comprendere come potrebbe evolversi la situazione in un ambito nel quale prima della pandemia le aziende italiane stavano investendo energie e risorse con grande convinzione.

«La crisi sanitaria ha modificato le priorità dei dipendenti, e questo cambia la combinazione dei beni e servizi nel pa-



Emanuele Messagli, presidente di Aiwa



niere», ha spiegato Messagli. «Oltre alle aziende che hanno continuato a lavorare e hanno mantenuto attive le prestazioni anche per i dipendenti in smart working, ce ne sono state altre che hanno permesso ai lavoratori di sfruttare il welfare anche durante la cassa integrazione, per andare incontro ai loro bisogni di natura sociale».

In questo momento, c'è molta richiesta dei servizi per la conciliazione vita - lavoro, come la cura di familiari anziani e

non autosufficienti o «come il rimborso della baby sitter, da sempre previsto nel welfare, che è molto più gestibile del bonus stanziato una tantum dal Governo». E se passano in secondo piano le soluzioni ricreative - come viaggi, teatro o eventi sportivi - restano però importanti i voucher per l'acquisto di device informatici per la formazione come di prodotti igienizzanti.

«Inoltre, l'Agenzia delle Entrate ha chiarito che il covid-

19 è classificabile come grave patologia e quindi sono inseribili nei panieri soluzioni assicurative che intervengono in caso di contagio», aggiunge Messagli, sottolineando che il valore di queste polizze non è da considerarsi reddito da lavoro e quindi non è appesantito da tasse e contributi.

Certo, esiste il rischio che alcune aziende in difficoltà tendano a tagliare il welfare, ma va ricordato che questo strumento, che rappresenta una modalità efficace e consolidata per distribuire il valore economico generato senza il peso del cuneo fiscale «è ormai diventato una componente centrale dei moderni rapporti di lavoro, sempre meno incentrati sull'orario, la presenza in azienda e il vecchio salario». In sostanza, il presidente di AIWA è convinto che anche in questa complicata contingenza il welfare aziendale sia visto come una risorsa. Per esempio,

alcune delle soluzioni inserite del decreto-legge cosiddetto «Rilancio» si prestano molto bene a essere organizzate anche in azienda in quella chiave: «dal bonus mobilità alla *tax credit* vacanze, che sulle piattaforme è già gestito in forma di voucher», puntualizza Messagli. «E in futuro mi aspetto che il welfare aziendale associ alle sue tradizionali funzioni - benefit incentivante e misura sociale - una terza finalità, ossia quella di moltiplicatore delle politiche pubbliche orientate alla ripresa economica. Per suo tramite, infatti, possono essere indirizzate ingenti spese private, in grado di dare forza alle misure pubbliche condizionate dai limiti di bilancio».

Lo Stato, insomma, potrebbe trovare nel complesso delle prestazioni che un'azienda riconosce ai propri dipendenti per migliorarne la vita privata e lavorativa un alleato potente, finanziato dai privati. Per l'incoraggiamento delle vacanze sul territorio italiano quando finirà la crisi, per la diffusione di più moderne forme di assistenza sanitaria con funzioni di monitoraggio delle malattie virali o per l'alfabetizzazione tecnologica dei lavoratori. (riproduzione riservata)

Più attenzione al benessere mentale: un italiano su tre è interessato a inserire nel pacchetto welfare corsi di yoga e meditazione

A volte ci vuole uno shock per rendersi conto delle priorità che contano davvero. Perché sul fatto che il benessere psicologico sia importante e vada salvaguardato nessuno ha mai avuto dubbi, ma, in tempi normali, molto spesso le possibili iniziative in tal senso sono le prime a essere rimandate. Un corso di yoga? Bello... quando avrò più tempo. Un orario più flessibile? Comodo... ma ne riparleremo più avanti. E via così, con scuse di ogni tipo per un unico, inequivocabile risultato: rimandare la decisione. Magari silenziosamente sostenuti da antichi retaggi, più o meno inconsci, secondo i quali le questioni psicologiche sono un segno di debolezza, contro la quale, in fondo, basterebbe solo un po' di volontà.

Ci voleva lo sconvolgimento creato dal coronavirus per ribaltare il quadro e far capire l'importanza imprescindibile dello stare bene con se stessi. A certificarlo è una ricerca dell'Osservatorio Reale Mutua sul welfare, che disegna un quadro secondo il quale più di un italiano su tre (il 42%) guarda con interesse a pratiche come yoga e meditazione, non solo applicate alla propria vita personale, ma anche

all'interno dell'attività lavorativa. I benefici di queste pratiche, infatti, sono percepiti sotto molteplici aspetti: miglioramento dell'umore (38%), riduzione dello stress (35%), aiuto alla concentrazione (35%), aumento delle performance lavorative (24%).

Non stupisce, dunque, che accanto ad attività come yoga, meditazione, tai chi e mindfulness, sempre più a portata di tutti grazie ad app (utilizzate per tenersi in forma dal 15% degli intervistati), lezioni da remoto e video tutorial (31%), una sempre maggiore attenzione sia dedicata anche alle soluzioni che favoriscono il benessere mentale durante l'attività lavorativa. Due, in particolare, le forme di welfare indicate come utili per una gestione personalizzata del proprio tempo: la flessibilità oraria (66%) e lo smartworking (27%). Non per caso le soluzioni attuate dalla maggior parte delle aziende per riorganizzare il lavoro durante il periodo della pandemia. È come se ciò che è cominciato come una necessità si fosse via via trasformato in una lente capace di mettere a fuoco una visione alternativa del mondo del lavoro e del welfare. E se è vero che le rivoluzioni partono dalle piccole cose,



non è un segnale da trascurare quello fornito dalle parole più ricercate dagli italiani sul web durante i primi mesi del 2020: «app yoga», «yoga online» e «stretching».

Evidentemente, per rendersi conto di

un bisogno a volte serve uno choc. Ma per provare a soddisfarlo, questa volta sì, basta un po' di buona volontà. E un motore di ricerca. (riproduzione riservata)

Francesco Elli

Una ulteriore evoluzione per il welfare aziendale

Molti osservatori prevedono che il welfare aziendale possa conoscere un periodo di arretramento a causa dell'emergenza Coronavirus. La minore disponibilità economica delle aziende - questo è il ragionamento - comporterà il sacrificio di tutte le componenti non obbligatorie del salario, tra cui appunto le soluzioni di welfare.

Tale ipotesi appare davvero troppo frettolosa. Già nella crisi finanziaria degli anni 2008-2014 il welfare conobbe una inaspettata riscoperta, quando ancora la normativa era quella degli anni Ottanta. Le imprese, impedita a concedere costanti aumenti salariali, riscoprirono nel welfare aziendale una efficace modalità per concedere ai propri dipendenti beni e servizi sociali assai apprezzati, senza il peso del cuneo fiscale e contributivo. Fu proprio il moltiplicarsi dei piani in quegli anni a convincere il Legislatore ad approvare la nota Riforma dell'articolo 51, commi 2, del TUIR entrata in vigore il 1° gennaio 2016. Oggi come allora, pur nella diversità delle situazioni, il welfare può confermarsi quale



Emmanuele Massagli, Presidente AIWA
Associazione Italiana Welfare Aziendale
(www.aiwa.it)



componente moderna del rapporto di lavoro.

Non è questa una previsione astratta, bensì ciò che viene suggerito dall'analisi dei primi piani di welfare aziendale approvati in periodo di COVID-19. Cresce la richiesta dei dipendenti di soluzioni sanitarie, di servizi per facilitare la conciliazione tra vita professionale e vita privata (anche - se non soprattutto - all'interno delle mura domestiche per i lavoratori agili), di forme di assistenza dei familiari anziani e non autosufficienti, di voucheristica funzionale all'acquisto di dispositivi di protezione e tecnologie per la formazione a distanza.

E' quindi dall'esperienza che vengono alcuni preziosi suggerimenti per il legislatore: il welfare aziendale del futuro (anche ben oltre l'emergenza epidemiologica) non sarà più soltanto una forma di benefit per i lavoratori, neanche soltanto una misura a carattere sociale, ma anche un veicolo di rinnovate politiche pubbliche. In questo senso, già oggi, il welfare aziendale potrebbe indirettamente sostenere gli obiettivi del recentissimo decreto-legge c.d. Rilancio affiancando alle (esigue) risorse pubbliche soluzioni aziendali per la mobilità sostenibile, per il turismo all'interno dei confini nazionali, per la sorveglianza e la prevenzione sanitaria, per la cura e l'istruzione dei minori, per il sostegno al servizio sanitario nazionale e alle associazioni del terzo settore.

L'emergenza COVID-19 è quindi l'occasione per superare l'anacronistica, sterile e dialettica opposizione tra welfare di Stato e welfare privato, potenziando i beni e servizi di welfare aziendale regolati nel TUIR perché siano ricomprese soluzioni utili non soltanto al singolo dipendente, ma anche all'intera comunità nella quale vive.

Scaramuzza (Pellegrini): «La situazione invita a erogare ticket a prescindere dalla presenza»

BUONO PASTO TUTTOFARE

Lo strumento è sempre più apprezzato nell'era del lavoro agile

DI LAURA MAGNA

Il Covid 19 ha costretto le aziende a virare rapidamente verso lo smartworking. Con un effetto negativo sull'erogazione di buoni pasto. «A partire dal mese di marzo abbiamo registrato una flessione del numero di buoni emessi a favore dei nostri clienti, in quanto il diritto al servizio di mensa è collegato alla presenza sul posto di lavoro», dice a MF-Milano Finanza **Davide Scaramuzza**, direttore della Divisione Welfare Solutions di Pellegrini, azienda fondata nel 1965 che si occupa di servizi dedicati alle aziende in Italia e all'estero e che nel 2019 ha fatto registrare ricavi per 640 milioni di euro e dà lavoro a 9mila dipendenti.

«Alcune aziende erogano il buono pasto anche al dipendente in smartworking, o più propriamente «lavoro agile», secondo un apposito accordo con i lavoratori», continua Scaramuzza. «Siamo convinti e auspichiamo che questa si-



tuazione, oltre a evidenziare l'efficacia e la versatilità del lavoro agile, porterà aziende e parti sociali a rivedere gli accordi in favore dell'erogazione del buono pasto a prescindere dalla presenza».

Il Buono Pasto è un servizio sostitutivo della mensa aziendale, veicolo ideale di valorizzazione e motivazione dei dipendenti. Il settore è disciplinato dal Decreto 122 del 7 giugno 2017, integrato dalle agevolazioni previste dalla legge 160 del dicembre 2019.

«La ristorazione è senza dubbio uno dei più importanti servizi di welfare per i lavoratori. Le medie e grandi aziende italiane, nella quasi totalità dei casi, mettono a disposizione il servizio di ristorazione per i propri dipendenti, sia con la soluzione tradizionale della mensa aziendale sia per mezzo dei buoni pasto che sono molto graditi per la libertà di scelta di spesa, oggi soprattutto nella loro versione elettronica spendibili ovunque. È un mercato che vale oltre 3 miliardi di euro con circa 2,5

milioni di beneficiari. Si stima però che ci sia un mercato potenziale di 8 miliardi costituito da lavoratori delle piccole e piccolissime aziende, che potrebbero beneficiare di tutti i vantaggi».

Oltre a essere un sistema vantaggioso per tutti gli attori, come spiega ancora Scaramuzza. «L'azienda ha un'agevolazione fiscale importante: il buono pasto elettronico non concorre alla formazione del reddito da lavoro dipendente (o assimilato) fino a 8,00 euro al giorno, per cui la spesa è interamente

deducibile ed esente da oneri previdenziali per l'azienda. Il beneficio è ridotto a 4 euro per il buono cartaceo. I limiti sono stati rivisti a favore del buono elettronico con la finanziaria 2020 per stimolare le aziende al passaggio alla digitalizzazione». Il buono pasto Pellegrini Card è quasi esclusivamente in forma elettronica e grazie alla sua accettazione tramite pos bancario, unica sul mercato, dispone di una rete capillare su tutto il territorio nazionale. «È un servizio apprezzato dai beneficiari perché lascia liberi di decidere come spenderlo, per acquistare i prodotti necessari a prepararsi il pranzo da consumare in pausa, o fare un acquisto con take away o delivery, e speriamo presto anche di tornare a spenderlo nei bar e nei ristoranti. Oggi la spesa avviene anche a mezzo app senza bisogno di pos dedicati e senza contatto. Insomma, è un prodotto che stimola i consumi interni e fa bene all'intero sistema». (riproduzione riservata)

Uno strumento di ripresa, che aumenta il potere di spesa e può contrastare la propensione al risparmio degli italiani

È il 1954 quando John Hack, uomo d'affari inglese, nota incuriosito alcuni clienti di un ristorante che pagano il conto con un biglietto di carta. Un meccanismo semplice nato dall'accordo tra un ristoratore e una ditta: il primo restituiva a fine giornata alla seconda i biglietti e riceveva in cambio il denaro pattuito. Un'illuminazione: Hack vuole garantire lo stesso beneficio ai propri dipendenti e inizia a fornirgli biglietti simili da utilizzare per pagare il pranzo finché l'anno successivo non crea un Buono Pasto accettato in tutti i ristoranti del Regno Unito e fonda la Luncheon Vouchers Company. Che nel 1999 diventerà Accor Services, dal 2010 Edenred. Ovvero il colosso che distribuisce i Ticket Restaurant, una rete di 43 milioni di dipendenti in 42 Paesi, con un fatturato di oltre 1.300 miliardi di euro. Il servizio Ticket Restaurant venne importato in seguito in Francia e approdò in Italia a metà degli anni 70 diventando un vero e proprio benefit sociale destinato ai lavoratori quale servizio sostitutivo di mensa reso tramite buoni a valore predefinito e spendibili in una rete di esercizi convenzionati.

Nel corso degli ultimi 40 anni i buoni pasto sono diventati parte integrante del patrimonio sociale della pausa pranzo e hanno acquisito una forte valenza socio economica in grado di far evolvere gli stili alimentari e sostenere l'economia locale. E tuttavia in Italia la diffusione dei pasti è relativamente recente e ancora non pervasiva.

MF-Milano Finanza ne ha parlato con **Luca Palermo**, a.d. di Edenred Italia: «Da diversi anni stiamo lavorando con l'associazione di categoria per una diffusione ancora maggiore del buono pasto e negli ultimi anni ci sono stati importanti cambiamenti: dal 2018 al 2019, secondo i dati di mercato Cerved, la diffusione del buono pasto è cresciuta di oltre 14 punti

percentuali. Una crescita a due cifre. Considerando che annualmente si parlava di soli 3 o 4 punti percentuali, direi un ottimo risultato dovuto sia alle iniziative del governo, sia agli sforzi degli emettitori. In questa fase emergenziale c'è anche un'altra considerazione da fare: c'è una filiera di 190 mila posti di lavoro impattati direttamente e indirettamente dal buono pasto. Questa filiera cresce in maniera proporzionale alla diffusione dei buoni. Oggi il buono pasto può e deve rappresentare uno strumento di ripresa, ci stiamo avvicinando a una fase di «propensione al risparmio». Il buono pasto, per sua natura, non viene risparmiato, anzi ha una data di scadenza. Proprio per questo è in grado di generare un circolo virtuoso che si traduce in consumi, economia e ripartenza. Il nostro ecosistema che lega aziende, lavoratori ed esercizi pubblici genera un gettito immediato di valore economico per il Paese, aumentando così il pil nazionale».

Il ticket infatti aumenta il potere d'acquisto delle famiglie con un'integrazione al reddito tangibile, crea indirettamente posti di lavoro negli ambiti dove il bisogno è maggiore, per esempio nell'inserimento e nel reinserimento lavorativo delle fasce più deboli della popolazione. Non solo. «Per quanto riguarda l'Italia, contribuiamo alla digitalizzazione del Sistema Paese diffondendo, prima con il Buono Pasto elettronico e poi con quello utilizzabile da smartphone, la cultura dei pagamenti digitali», precisa Palermo.

Ciò detto, è difficile fare comparazioni con gli altri Paesi perché ci sono sistemi normativi completamente diversi. «Basti pensare che in Francia, per esempio, il buono pasto viene inserito di default nei contratti di lavoro e una parte viene pagata direttamente dal dipendente». (riproduzione riservata)

Laura Magna



SANIFICAZIONE AMBIENTALE

CON NOI

PER RIPARTIRE

SUBITO E IN SICUREZZA



**Euro &
Promos**[®]

Facility Management

EURO&PROMOS CON OLTRE 7000 OPERATORI QUALIFICATI SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE È SPECIALIZZATA IN SERVIZI DI PULIZIA, IGIENIZZAZIONE E SANIFICAZIONE.

Tecnologie di ultima generazione, personale qualificato, protocolli conformi alla normativa e mirati per ogni ambiente: AZIENDE, ESERCIZI COMMERCIALI, RISTORATIVI, TURISTICI, STRUTTURE SANITARIE.

CREDITO D'IMPOSTA **50%** SULLE SPESE DI SANIFICAZIONE AMBIENTALE

www.europromos.it | sanificazione@europromos.it **800 681 456**

Una ricerca Nomisma evidenzia l'impatto positivo delle tecnologie per la sanità pubblica post Covid

UN WELFARE A DOMICILIO

I benefici legati allo sviluppo di cultura dello smart working

DI SERGIO GOVERNALE

Il benessere e la salute dei cittadini e dei lavoratori innanzitutto. Ma anche la possibilità per gli imprenditori di poter riaprire con serenità e costi accettabili, senza incorrere addirittura in sanzioni penali in caso di contagio da Covid-19 dei propri addetti. Per cercare di trovare un difficile, indispensabile equilibrio tra queste due esigenze, con la fase 2 dovranno necessariamente essere utilizzati al massimo grado, laddove possibile, lo smartworking e la tecnologia. Il suggerimento lo si ricava da due indagini condotte da Nomisma, una delle quali realizzata insieme con UniSalute, secondo cui l'high tech sarà sempre più determinante in futuro per la tutela sanitaria, a tutto vantaggio del sistema pubblico, in una parola del welfare.

In base ai dati dell'Osservatorio Lockdown di Nomisma raccolti prima della fase 2, l'abitazione si è trasformata in ufficio per il 9% degli occupati. L'aumento del ricorso al lavoro agile ha portato quasi 2 milioni di italiani a lavorare da casa. Una soluzione che



vorrebbe essere portata avanti dopo la ripartenza. Il 56% di chi ha lavorato da casa durante il lockdown vorrebbe infatti proseguire a tempo ridotto, in particolare «qualche giorno al mese».

Sebbene forzati da una situazione di emergenza, osserva Nomisma, organizzazioni, aziende e lavoratori stanno sperimentando un nuovo modo di lavorare fatto di strumenti digitali e innovativi e accelerando un processo organizza-

tivo e formativo che in tempi normali avrebbe richiesto anni. «È questo un traguardo da cui aziende e pubbliche amministrazioni non devono tornare indietro; è questa l'opportunità da cogliere per ripensare i processi produttivi alla luce di una «cultura dello smartworking», è il messaggio che arriva dalla società di consulenza.

L'importanza della tecnologia non si ferma al mercato del lavoro. Riveste un ruolo chiave altrettanto fondata-

tale in quello sanitario, come spiega l'indagine realizzata da Nomisma per UniSalute con l'osservatorio «Lockdown: come e perché sta cambiando le nostre vite».

Tutto parte dalla possibilità di verificare lo stato di salute proprio e degli altri. Secondo l'indagine, il 73% degli italiani vorrebbe che si potesse ricostruire in modo sicuro ed efficace la rete di contatti di chi viene rilevato positivo. Con riferimento alle azioni di contenimento della diffusione del virus in grado di garantire una sicura ripartenza, il 68% delle persone considera determinante poter effettuare il tracciamento degli spostamenti individuali (attraverso un'app o il controllo dei dati telefonici), una delle misure più dibattute per motivi di privacy. In generale, la possibilità di ricostruire la rete di relazioni delle persone positive al Covid-19 per permettere la quarantena preventiva dei soggetti con cui sono stati in contatto e quindi contenere il rischio di contagio è un'azione importante da adottare per l'88% degli italiani.

La tecnologia potrebbe rivelarsi un valido alleato anche

a livelli più direttamente sanitari, in particolare ampliando l'uso della telemedicina. Secondo il 61% delle persone, la tecnologia giocherà un ruolo importante nella gestione della sanità anche una volta superata l'emergenza Coronavirus. E il 57% degli italiani, consapevoli che il sistema sanitario sia sottoposto da mesi a un forte stress, pensa che possa essere importante l'aumento della sinergia tra sanità pubblica e privata per supportare la diffusione della telemedicina.

Le riflessioni riguardano anche le abitudini individuali: sei italiani su dieci (il 58%) dichiarano che, anche una volta rientrata l'emergenza sanitaria, continueranno a fare una particolare attenzione all'igiene, mentre il 40% si propone di adottare un'alimentazione più sana e il 34% vuole dedicare più tempo allo sport e all'attività fisica. Nell'ambito della prevenzione, il 23% è infine intenzionato a sottoporsi a un maggior numero di screening e visite specialistiche. Il tutto a vantaggio della sanità pubblica, con un notevole risparmio di costi per le cure. (riproduzione riservata)

Dalla diffusione dei ticket un possibile boost ai consumi del 2,3%

Solo il 27,5% dei lavoratori italiani ha a disposizione buoni pasto o buoni spesa, ma se la platea di beneficiari raddoppiasse, si osserverebbe un rilevante impatto sui consumi: +2,3% con un effetto dello 0,8% sul pil. È il principale risultato del Rapporto sul Welfare Aziendale firmato UpDay, smart company che opera nel mercato dei servizi alle imprese e alla persona quali buoni pasto e piani di welfare aziendale, e Tecnè, primario istituto di ricerca sul panorama nazionale.

Ma quanto vale il buono pasto/spesa nei budget delle famiglie italiane? Lo spiega a MF-Milano Finanza **Mariacristina Bertolini**, direttore generale e vicepresidente Up Day. «La legge distingue tra buono cartaceo ed elettronico, con deduzioni fiscali differenziate, fino a 4 euro il primo e fino a 8,5 euro il secondo: calcolando un buono pasto medio di 7 euro per 20 giornate lavorative al mese, ci attestiamo su una media di 140, e comunque varia tra i 1.000 e i 1.600 euro all'anno il supporto al reddito per le famiglie, a cui possiamo aggiungere i 258 defiscalizzati per il buono spesa». Insomma, si parla di circa 2 mila euro per dipendente che possono essere immessi molto rapidamente nei circuiti della ristorazione o del retail, fungendo da potente volano economico.

Soprattutto in un momento come quello attuale in cui le famiglie, provate dalla crisi, tendono a risparmiare

e non certamente a spendere. «Il buono mai come oggi rappresenta un sostegno al reddito molto importante per le famiglie. Ma stiamo assistendo a una situazione paradossale, in cui alla maggior parte dei dipendenti che hanno iniziato a lavorare in smartworking nell'emergenza non è stato erogato il buono pasto», dice Bertolini. Una scelta che appare contraria al buonsenso e dettata solo dalla corsa al taglio di costi sacrificabili da parte delle aziende che la applicano. Eppure, come rileva ancora il Rapporto Up Day Tecnè, la quasi totalità dei lavoratori intervistati, l'84,3%, asserisce che preferirebbe avere 2 mila euro l'anno in buoni pasto o buoni spesa, in quanto non tassati e spendibili per un ampio pacchetto di beni di prima necessità, piuttosto che il corrispettivo (netto tassato) di 1.200 euro in busta paga, indicato invece solo dall'11%.

Per il 92% dei lavoratori, inoltre, avere a disposizione questi strumenti rappresenta un vantaggio: per il 58% perché può risparmiare sulle proprie spese, per il 39,5% perché ha un vantaggio fiscale rispetto al corrispondente valore in denaro e per il 23,6% perché costituisce un reddito aggiuntivo rispetto allo

stipendio. Altri indicatori di rilievo: per il 95,4% questi strumenti sono un importante contributo per arrivare a fine mese e, allo stesso modo, il 95,8% li vede come ausilio sostanziale per il bilancio familiare.

I vantaggi sono diversi anche per le aziende, come dimostra il riscontro positivo fornito dal 67,5% degli intervistati del campione: secondo il 61,6%, il vero valore aggiunto è quello dei vantaggi fiscali, per il 45,9% migliora la produttività dei dipendenti, e quindi dell'azienda, per il 19,6% il beneficio è importante sulla reputazione aziendale.

«L'azienda ha come unico costo del valore facciale del buono pasto al net-

to dello sconto e non ha costi fiscali aggiuntivi», dice Bertolini. Insomma, interrompere il circuito virtuoso del buono pasto non solo penalizza il dipendente, ma «anche e soprattutto i consumi e potrebbe avere un impatto negativo nel medio termine sull'economia, molto più rilevante rispetto al risparmio immediato sui costi dell'azienda».

Un altro dato interessante che rileva il rapporto è che per il 65% dei cittadini italiani spendono mensilmente in prodotti alimentari tra i 200 e i 400 euro. «Il che significa che il buono pasto o buono spesa potrebbero riuscire a coprire fino all'80% della spesa alimentare media degli italiani, ma

non solo. Lo strumento è utile anche ai fini del miglioramento della qualità della spesa: perché può incentivare l'acquisto di prodotti più costosi, biologici, italiani a km 0. In questo momento se si aumentasse e non si diminuisse l'erogazione dei buoni si potrebbe fornire un sostegno ai piccoli produttori che sono in affanno e dunque all'economia nazionale che sulle imprese micro e piccole si sostiene», conclude Bertolini. (riproduzione riservata)

Laura Magna

