

L'editoriale n. 3/2021

Il welfare aziendale tra sostenibilità e digitalizzazione

Le parole chiave del futuro piano nazionale per l'accesso ai fondi di Next Generation EU sono **“sostenibilità”** e **“digitalizzazione”**. I provider di welfare non possono perdere l'occasione di essere protagonisti di una sorta di nuovo Piano Marshall costruito attorno a due valori propri di ogni serio piano di welfare aziendale.

Sostenibilità economica, sociale/umana e ambientale.

Economica perché il welfare aziendale è una soluzione win-win-win nella quale vi è “utile” sia per i lavoratori, che per l'impresa che per lo Stato. Le tante ricerche che stanno provando a misura l'impatto del welfare aziendale sui conti pubblici e sui territori lo stanno dimostrando. Ad una di queste (Social Value Italia) partecipa anche AIWA e una seconda promossa dalla nostra Associazione è ai nastri di partenza.

Sostenibilità **umana** perché durante la crisi COVID-19 si è riscoperta la funzione sociale del welfare aziendale. Una dimensione innata, spesso ideologicamente nascosta da chi (ahinoi, ancora tanti) attacca questo istituto considerandolo troppo “consumistico”. Non è così: la larga maggioranza dei piani di welfare aziendale si occupano di assistenza sanitaria e sociale, educazione e istruzione, cura della persona, trasporto pubblico, previdenza. Non proprio degli argomenti di natura consumeristica... Nel corso dell'ultimo anno, come certificato da diverse ricerche recenti che trovate anche in questa newsletter, si è incrementata di molto l'attenzione proprio alla funzionalità sociale del welfare, alla sua attenzione alla salute e alla conciliazione vita professionale-vita privata.

Sostenibilità **ambientale** perché proprio tramite i piani di welfare aziendale possono essere veicolati comportamenti responsabili ed ecologici. Su questa materia AIWA ha proposto nel tempo diversi emendamenti, incentrati soprattutto sulla promozione della mobilità sostenibile e green. Modifiche normative che torneranno di attualità appena approvato il piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR).

Per quanto concerne la **digitalizzazione**, è ben difficile non riconoscere questa sensibilità ai **provider di welfare**, veri e propri **veicoli di educazione all'utilizzo dei nuovi media e delle interfacce digitali**, oltre che sostenitori del piano di **Cashless society** che da tempo interessa il Governo Italiano. D'altra parte, non vi è nessun interesse per chi vive il welfare nell'accettare comportamenti scorretti o poco trasparenti nei pagamenti: una delle funzioni indirette di questo istituto, infatti, è proprio quella di riuscire a fare emergere, senza bisogno di atteggiamenti sanzionatori, una vasta economia che sovente resta informale e che proprio grazie ai pagamenti diretti o ai rimborsi previsti dall'articolo 51, commi 2 e 3 del TUIR riappare in superficie e diventa valore non solo per chi gode dei beni e servizi (il lavoratore) o per chi li progetta per prendersi cura dei propri dipendenti (l'impresa), ma anche per lo Stato, che vede aumentare il gettito e l'occupazione.

Il welfare aziendale, insomma, non può che essere **uno degli assi della “nuova generazione” italiana.**

Emmanuele Massagli

Presidente AIWA

 @Emassagli