



Benefit **delle mie brame**

Progressivamente diffuso nel mondo foodservice e ambito dai lavoratori, le aziende di ristorazione sviluppano piani di WA interni e, sempre più spesso, li offrono anche ai loro clienti

di M.L.Andreis

Qual è il livello di penetrazione del welfare aziendale in Italia? Riparte da questa domanda la nostra disamina su un tema che, anche per effetto della pandemia, è diventato di grande attualità. Ancora una volta, è **Giovanni Scansani** che ci dà alcune utili informazioni introduttive prima di passare la parola a sei aziende del foodservice, cui abbiamo chiesto di raccontarci come applicano concretamente ai loro

dipendenti il WA e quali servizi offrono in questo ambito, sempre più centrale nella vita di una impresa moderna.

Un difficile monitoraggio

"Sulla diffusione del WA non si hanno indicazioni nazionali complessive perché non esiste un repository unico dal quale poter trarre questa informazione", ci spiega Scansani. "Inoltre, molto

welfare aziendale, specie nelle PMI, sfugge alla contrattazione e questo complica la ricostruzione del fenomeno. Vi sono però alcune fonti che censiscono i contratti e diventa così possibile fare riferimento ai trend che queste analisi evidenziano periodicamente". Dati affidabili e robusti sul piano scientifico, solo per fare qualche esempio, sono quelli contenuti nei report del CNEL, di ADAPT e anche in alcuni database di fon-

te sindacale. Utili sono anche i dati del Ministero del Lavoro che mensilmente fotografano l'andamento del deposito dei contratti aziendali e territoriali relativi ai PdR. La storia di questa rilevazione (iniziata a maggio 2016) ci dice che sin qui (ultimo report al 15 marzo 2021) sono stati depositati 61.110 accordi, dei cui ne restano attivi 8.491, il 57% dei quali (4.835) prevede misure di WA: una percentuale, come si vede,



STEFANIA RAUSA,
Direttore Marketing
e Comunicazione Edenred Italia

EDENRED: un sostegno a lavoratori e commercio

Edenred nasce come inventore del *Ticket Restaurant®* e diventa leader mondiale nelle soluzioni che innovano e semplificano il mondo del lavoro contribuendo al benessere della popolazione aziendale. Anche al colosso dei buoni pasto abbiamo chiesto quali servizi di WA offre e come la pandemia sta cambiando il mercato. Ci ha risposto **Stefania Rausa**, direttore Marketing e Comunicazione dell'emittitore.

Quali iniziative di WA avete assunto nell'ultimo anno?

Abbiamo sviluppato soluzioni sempre più innovative, in grado di offrire una risposta immediata alle diverse esigenze delle persone. Dalle prime settimane del lockdown dello scorso anno abbiamo avviato il progetto WE@HOME, pensato per dare supporto concreto a tutte le persone, inclusi i nostri collaboratori. Realizzato grazie al supporto di tutti i nostri partner welfare, prevedeva una serie di attività e di corsi online, dalla lezione di inglese allo yoga. Anche in un momento così difficile, il welfare è stato in grado di unire le persone e coinvolgerle anche a distanza.

Come ha influito la pandemia sull'evoluzione delle vostre soluzioni?

La digitalizzazione ha rappresentato in questo periodo la chiave di svolta e, proprio durante la fase emergenziale, è avvenuta in Edenred un'accelerazione di questo processo in tutte le soluzioni, dal buono pasto alla piattaforma di welfare aziendale, per restituire la flessibilità di spazio e tempo richiesta dal nuovo stile di vita. Il buono pasto è diventato totalmente full mobile, adatto sia per chi lavora da casa, sia per chi è fisicamente in ufficio, utilizzabile quindi sia nei punti vendita tradizionali che in quelli online. Attraverso il progetto F.O.O.D. (Fighting Obesity through Offer and Demand), ci impegniamo a diffondere la cultura della sana e corretta alimentazione, mentre con l'Università della Pausa Pranzo abbiamo dato vita a un percorso aperto a tutti i partner che accettano i nostri buoni pasto per mettere a disposizione consulenza su vari fronti, come l'elaborazione dei menu, la comunicazione e il personal branding. Il welfare aziendale ha assunto un ruolo rilevante come strumento in grado di sostenere aziende e famiglie. Alle prime premesse di ridurre i costi e aumentare soddisfazione e produttività, favorisce inoltre la conciliazione tra vita privata e lavorativa delle persone, oltre a essere un sostegno importante per l'assistenza sanitaria e la gestione familiare, come ad esempio il rimborso per il servizio di baby sitting e l'assistenza agli anziani.

La gestione e la fruizione delle nostre soluzioni sono immediate, grazie a strumenti sempre più digitali e interattivi. Il portale web, l'app per smartphone e la piattaforma gestionale rendono semplice la gestione dei piani e l'utilizzo del credito welfare. Un semplice clic per ordinare il pranzo, per prendere un regalo, per effettuare rifornimento. Abbiamo inoltre lanciato da poco Easy Mobility, un portale multiservizi che supporta le aziende nello sviluppo e nella gestione di piani di spostamento casa-lavoro. Il welfare è diventato uno strumento fondamentale e sempre più spesso viene inserito nei contratti collettivi nazionali del lavoro. Fipe, ad esempio, ha previsto l'introduzione di una quota welfare on top sostitutiva in caso di mancata sottoscrizione di accordi Premi di Risultato.

Quali sono i vantaggi derivanti dall'adozione dei vostri piani di welfare?

La continua ricerca e sviluppo, la grande spinta verso l'innovazione e la digitalizzazione, gli oltre 200 professionisti dedicati allo studio di piani welfare fatti su misura in base alle esigenze di aziende e lavoratori si sposano con la più estesa rete di spendibilità in Italia, che conta oltre 37.000 esercizi. Questi sono gli elementi che ci hanno portato a essere leader di mercato e ci stimolano a fare sempre meglio.

Durante la pandemia, grazie ai benefit i lavoratori hanno un sostegno al reddito e un maggior potere di spesa. Aumenta anche la loro propensione a utilizzare il credito welfare nell'acquisto di beni e servizi e diminuisce di conseguenza quella al risparmio.

In un momento come questo, caratterizzato da una forte contrazione dei consumi, le soluzioni di WA rappresentano quindi un importante fattore di ripresa economica, anche per tutti gli esercizi commerciali in cui il credito può essere speso. Ecco perché abbiamo lavorato per renderne l'utilizzo semplice e intuitivo, per avere a disposizione il credito welfare sempre e in tempo reale.



maggioritaria e cresciuta costantemente nel tempo.

Un altro database importante dal quale ricavare utili indicazioni sulle tendenze in atto è quello di OCSEL, l'Osservatorio sulla contrattazione di secondo livello della CISL. Dal 5° Report pubblicato (l'ultimo disponibile, riferito al biennio 2017-2018, ha monitorato 2.182 accordi) è possibile apprezzare una duplice rilevante evoluzione: se nel 2015-16 il WA era previsto dal 23% dei contratti, nel 2018 la percentuale è salita al 38% mentre l'affidamento in outsourcing, tramite portali, è passato dall'1% al 23%.

Spostandoci in casa CGIL, il suo 2° Report sulla contrattazione di secondo livello (triennio 2017-2017 con monitoraggio di 1.887 accordi) evidenzia che la ricorrenza del WA è registrata in oltre il 30% dei contratti.

"Da queste fonti si desume che il WA si è ormai affermato come elemento cardine della contrattazione, il che conferma che il suo sviluppo sta andando di pari passo con quello dell'evoluzione delle relazioni industriali, a loro volta chiamate ad adeguarsi alle trasformazioni dei processi produttivi e organizzativi che stanno ridefinendo il lavoro e le sue dinamiche", riprende il manager. A cui chiediamo quindi quali sono i vantaggi nel mondo della ristorazione derivanti dall'impiego dei piani di welfare aziendale. "Il settore della ristorazione", ci risponde, "nelle sue diverse forme, dalla collettiva alla commerciale passando per quella tradizionale, è composto da aziende labour intensive, nelle quali l'apporto umano in termini di esperienza, competenza, engagement e spirito di servizio conta come in pochi altri settori. Ecco perché in questo tipo di organizzazioni il WA ha un impatto significativo. Ciò è tanto più vero oggi se consideriamo come, a qualunque livello dell'organizzazione aziendale, lo sforzo richiesto per adeguarsi ai nuovi format e alle nuove soluzioni produttive e logistiche imposte dalla pandemia e

destinate a restare stia incidendo con forza anche sul piano dell'investimento sulle persone.

Le SRC ogni giorno danno sostanza ad una delle più consolidate modalità di generazione di benessere nei luoghi di lavoro. Sarebbe quindi strano che occupandosi di un importante aspetto del benessere dei lavoratori delle aziende committenti, quelle stesse imprese non si occupino anche di quello dei loro collaboratori. Infatti, i Piani di WA si sono diffusi anche nelle principali realtà della ristorazione collettiva e commerciale e si tratta, in taluni casi, di programmi robusti, risalenti nel tempo, ai quali si è aggiunta la previsione contenuta nell'ultimo CCNL del settore che prevede un meccanismo in base al quale, al ricorrere di predefinite condizioni, potrà essere attribuito a ciascun dipendente un importo utilizzabile a titolo di WA".

SRC: il welfare è servito

C'è poi un ulteriore aspetto da considerare secondo Scansani: alcuni player attivi nel segmento B&I, proprio sulla premessa che la loro attività è un servizio di welfare per i lavoratori delle imprese committenti, hanno esteso il loro business entrando anche in quello della fornitura di servizi gestionali per il WA, acquisendo il ruolo di Provider tramite lo sviluppo di divisioni dedicate o ampliando il raggio d'azione di strutture di cui già disponevano. Questa evidenza si registra, ad esempio, in quelle realtà nelle quali la presenza nel settore della ristorazione aziendale è associata all'emissione dei buoni pasto, anch'essi inquadrabili tra i benefit che compongono i "pacchetti" di WA. Questi operatori avevano inizialmente esteso la loro azione ampliandola all'emissione dei "buoni acquisto", oggi diffusissimi come fringe benefit inclusi nei Piani di WA, per poi ulteriormente perfezionarla coprendo anche l'area della fornitura di piattaforme web dedicate (i cd.

"portali") con le quali i lavoratori delle aziende clienti accedono ai differenti servizi di welfare che, tra l'altro, possono essere fruiti anche tramite appositi welfare voucher. E anche laddove non ci si sia spinti a tanto, sono un buon numero le SRC che hanno ampliato o intendono ampliare la gamma dei loro servizi per intercettare la domanda di soluzioni di wellbeing espressa dalle aziende committenti.

"Non si tratta solo di reinventare il core-business sul piano produttivo e logistico, ma di raggiungere i clienti finali in luoghi e momenti diversi", precisa il nostro interlocutore. "Si cerca, ad esempio, di rispondere al

to di programmi di prevenzione tramite percorsi di formazione, anche online, sulla corretta alimentazione (sfruttando le competenze di figure professionali già presenti in organico) o proponendosi per il redesign degli uffici che nel post-pandemia saranno oggetto di nuove workplace strategy votate al benessere e alla nuova socialità di spazi che diventeranno "hub" relazionali (ciò si può fare avvalendosi degli studi di architettura con i quali i caterer normalmente collaborano). Analoga riflessione vale per la rifunzionalizzazione degli stessi spazi dedicati alla ristorazione in azienda, che saranno ripensati anche tenendo conto della ridu-



fabbisogno di WA dei lavoratori delle imprese clienti offrendo servizi capaci di accrescere il benessere anche nel 'nuovo' luogo di lavoro rappresentato, spesso, dall'abitazione: vi sono già servizi di ristorazione aziendale 'domiciliare' per gli smart worker e da qui anche l'idea, sulla quale riflettono gli stessi Provider, di allestire programmi di 'home welfare' (questo potrebbe essere un terreno d'incontro tra know-how ed esperienze differenti che potrebbe creare inedite sinergie).

Nel luogo di lavoro tradizionale, invece, il Piano di WA dell'azienda committente può essere sostenuto proponendo l'inserimen-

zione dei pasti/giorno on site a causa di commensali che lavorano frequentemente in smart working. Questi spazi, una volta riconcepiti, potrebbero essere resi disponibili sia ai lavoratori di sede (allargando così le aree di lavoro anche nell'ottica della prevenzione anti-contagio), sia come spazi di co-working aperti a lavoratori 'agili' anche esterni (Assolombarda e il Comune di Milano hanno un progetto al riguardo) o, come in qualche grande azienda si è già fatto, ospitando in apposite aree i figli dei lavoratori durante le ore di DAD, mettendo a disposizione pc e connessioni aziendali. Tutto questo è ipotiz-

COME LE AZIENDE INQUADRANO LA FORZA LAVORO

AZIENDA	DIPENDENTI	A TEMPO INDETERMINATO	PART TIME	DONNE
Pellegrini SpA	7.000	93%	79%	72%
CIRFOOD	12.000	92% (di cui il 52% donne)	84% (di cui il 94% donne)	87,5%
Serenissima Ristorazione (capofila Gruppo)	6.239	93,94%	83,37%	80,19%
Camst	12.278	94%	82%	85%
Sodexo Italia	11.333	91%	84%	85%

zabile se anche il committente saprà a sua volta reinventarsi sul piano delle nuove modalità di utilizzazione delle superfici di cui dispone e che risulteranno eccedenti rispetto alle sue necessità di domani". Tra queste nuove modalità ve ne sono alcune decisamente welfare-oriented: ad esempio l'apertura di asili-nido interaziendali, resi disponibili anche al territorio, la cui gestione potrebbe essere appaltata, tra l'altro, a chi già in quell'azienda si occupa di servizi collettivi.

La lungimiranza della Pellegrini

La **Pellegrini SpA** sta rafforzando il proprio impegno nei confronti della sostenibilità e, nel dettaglio, verso il welfare interno attraverso il proprio documento programmatico degli *Obiettivi 2030*, pubblicato nel *Bilancio di Sostenibilità 2019*.

Intanto, al suo interno l'azienda mette a disposizione a tutti i propri dipendenti i vantaggi del Club Pellegrini, garantendo opportunità non solo economiche su prodotti e servizi in diversi settori. Un'altra strategia importante di welfare è quella dedicata alla fidelizzazione dei propri collaboratori attraverso numerose iniziative, fra cui spiccano il riconoscimento di un premio a beneficio di coloro che potranno vantare lunghe carriere in azienda; la realizzazione di un "salvadanaio dipendenti Pellegrini" a favore di

attività di welfare interno; l'implementazione di iniziative volte al miglioramento delle condizioni contrattuali in materia di congedi, permessi e sostegno all'occupazione femminile; la realizzazione di politiche di retention, diversificate a seconda di ruoli e professionalità; la promozione della cultura alimentare, non solo volta al benessere dei clienti della Pellegrini, ma anche a quello dei suoi collaboratori e delle loro famiglie. Più in generale, come ci dicono dall'azienda, "la Pellegrini è protagonista di questo

mercato dal 1985 come Divisione Buoni Pasto per la gestione del sostituto di mensa cartaceo; a partire dal 2014 abbiamo quindi ampliato l'offerta con i buoni pasto elettronici, gli unici accettati dai POS bancari senza la necessità di installazioni dedicate, che ci ha consentito di diventare leader nel settore privato. Una scelta lungimirante: oggi la digitalizzazione dei clienti ed esercenti ha superato il 90%". Dal 2019 poi, l'azienda ha ribattezzato la divisione Welfare Solutions per rappresentare meglio

i contenuti dei servizi che comprendono anche i buoni regalo, i buoni spesa e, soprattutto, la piattaforma per la gestione dei Flexible Benefit, "vero orgoglio dell'offerta dei prodotti in questo ambito". Secondo le logiche di vicinanza e di personalizzazione, il colosso fondato e guidato dal cavalier **Ernesto Pellegrini**, coadiuvato dalla vicepresidente **Valentina Pellegrini**, ha sviluppato internamente la piattaforma che è semplice ed efficace, molto apprezzata dai clienti sia per la



facilità di utilizzo sia per la sua flessibilità.

"La nostra proposta si caratterizza per un approccio consulenziale a 360° gradi, che accompagna il cliente dalla progettazione del piano, alla definizione del regolamento, fino alla messa a terra di una soluzione altamente personalizzata". Per il management della Pellegrini, l'implementazione di un piano di WA consente alle imprese di ottenere molteplici vantaggi, perseguendo l'obiettivo finale della creazione di un ambiente di lavoro orientato al benessere dei lavoratori e che supporti anche il loro potere d'acquisto. E non finisci qui: l'adozione di politiche di welfare consente di utilizzare uno strumento concreto per la motivazione dei collaboratori, dando soddisfazione ai loro bisogni personali e familiari e favorendo così la conciliazione dei tempi famiglia-lavoro.

Non meno importante è poi l'obiettivo relativo all'incremento di produttività ed efficienza, che scaturisce dalla generazione di un piano di ottimizzazione delle politiche di incentivazione che mira a creare compartecipazione e senso di appartenenza.

In definitiva, *"la Pellegrini offre un servizio che intende creare un vero e proprio percorso interno per valorizzare i vantaggi delle iniziative di welfare, coinvolgendo attivamente i diversi attori, dai referenti aziendali e sindacali agli utilizzatori finali della piattaforma con momenti formativi e di comunicazione pre e post lancio del piano"*.

CIRFOOD: people care avanti tutta!

Sono due anche per la coop guidata da **Chiara Nasi** i piani sui quali si articola l'attività nel mondo del WA: quello interno e quello esterno. Nel primo caso, come ci dice la corporate social responsibility manager **Maria Elena Manzini**: *"Salute e benessere sono fattori chiave per la realizzazione di una sostenibilità*

interna capace di mettere al centro la persona, la sua sicurezza e i suoi bisogni". A tale riguardo, NoixNoi è il progetto di welfare aziendale ideato nel 2015 e realizzato in modo partecipativo da CIRFOOD, con lo scopo di promuovere azioni concrete e dedicate al benessere sia lavorativo che personale dei dipendenti. Si articola in 4 aree: Conciliazione vita-lavoro (orari flessibili e permessi straordinari per i genitori, integrazione della retribuzione per il congedo di paternità per i soci lavoratori, aspettative aziendali extra per l'assistenza ai famigliari); Sostegno al reddito (interventi di sostegno economico in caso di necessità); Salute e benessere (grazie all'attivazione dello sportello sociale si offre un servizio di consulenza per far conoscere e usufruire al meglio le prestazioni sanitarie garantite dai fondi di assistenza sanitaria integrativa e quelle messe a disposizione per i familiari dei dipendenti. CIRFOOD, inoltre, eroga un contributo per finanziare la ricerca scientifica); Servizi (l'azienda offre una serie di agevolazioni e servizi a soci e dipendenti, come il pasto gratuito ogni

giorno, sconti e convenzioni per gli acquisti primari). Inoltre, la coop ha inserito nel suo progetto anche diverse iniziative culturali e ricreative dedicate a soci e lavoratori. Secondo una ricerca effettuata da *Nomisma* per l'Osservatorio Buona Pausa Pranzo di CIRFOOD, il ristorante aziendale si conferma in vetta alla classifica dei servizi di welfare preferiti dai dipendenti, *"per questo possiamo dire che da sempre la nostra azienda offre servizi di welfare ai propri clienti. Ma il 2021 sarà un anno molto importante sotto questo aspetto, perché stiamo lavorando allo sviluppo di programmi in grado di migliorare il wellbeing delle persone, agevolando la vita lavorativa e personale e offrendo servizi e soluzioni per rispondere alle loro molteplici esigenze"*.

Fin qui le azioni interne, sul lato dell'offerta invece, è di questi giorni il lancio di **VALYOUNESS**, una società nata appositamente per il WA. Controllata al 100% da CIRFOOD, finirà ad aziende ed enti pubblici servizi a carattere sociale, tempo libero, servizi di food, wellbeing e care management per l'equilibrio lavoro-vita

privata. Si tratta dunque del portato finale di un percorso maturato dall'esperienza dell'impresa emiliana in oltre 50 anni di attività nel settore dei servizi alla persona. Lo spiega direttamente la presidente Chiara Nasi: *"Il welfare svolge un ruolo fondamentale per i dipendenti e per tutte quelle organizzazioni che vogliono migliorare la qualità della vita dei propri lavoratori, specie dopo la pandemia. Per questo crediamo che VALYOUNESS, società che fornisce ai clienti servizi innovativi di welfare, soluzioni integrate e personalizzate ad alto valore aggiunto, sia la risposta concreta alle specifiche necessità delle persone, che sono il nostro principale asset"*.

Ma quali servizi di WA offre in concreto VALYOUNESS? Sono diversi: si va dal welfare aziendale e pubblico per contribuire a incrementare il benessere dei dipendenti di enti pubblici e imprese, al welfare sociale, supportando gli enti pubblici a erogare diverse forme di servizio in ambito di istruzione, assistenza e beni di prima necessità; fino al welfare territoriale, che grazie a interventi finanziati da risorse pubbliche



e/o private, offre prestazioni e servizi ai soggetti vulnerabili.

All'interno di queste diverse tipologie di attività, i beneficiari avranno a disposizione diversi strumenti: la piattaforma proprietaria VALYOUNESS Flex, e, entro la fine del 2021, anche la app che racchiude tutte le funzionalità della piattaforma, per ottimizzarne la fruizione tramite mobile; VALYOUNESS Shopping, che comprende buoni spesa utilizzabili per l'acquisto di molte varietà di prodotti e VALYOUNESS Time, che raggruppa invece tutte le soluzioni "salva tempo" per aiutare le persone a conciliare vita lavorativa e tempo libero.

"VALYOUNESS si concentrerà sullo sviluppo e sulla gestione di servizi che l'impresa cooperativa propone da anni ai suoi clienti, come la ristorazione, integrandoli con nuove soluzioni di welfare dedicate alle aziende, alla PA, alle organizzazioni sociali e ai territori. Diversi studi dimostrano che la capacità di un'azienda di rispondere alle esigenze dei lavoratori incrementa il 'wellbeing' personale e collettivo, con conseguenti benefici sul clima lavorativo e sulla produttività. Un discorso tanto più attuale in seguito alla situazione emergenziale che ci ha travolti", dice **Alessio Bordone**, sales executive director di CIRFOOD e presidente VALYOUNESS.

Il Family Audit di Serenissima Ristorazione

In tema di WA, **Serenissima Ristorazione**, come ci dicono dall'azienda veneta, vanta la certificazione Family Audit, strumento manageriale a disposizione delle imprese che intendono certificare il proprio impegno nell'implementazione di politiche di conciliazione vita-lavoro, allo scopo di migliorare il benessere individuale dei propri occupati e delle loro famiglie. Più nel dettaglio, il piano interno in materia è composto da macroambiti (tra gli altri: Organizzazione del lavoro, Cultura Aziendale, Comunicazione, Welfare aziendale e



territoriale, Nuove tecnologie), a loro volta suddivisi in molteplici campi di indagine, che costituiscono il punto di partenza per la messa in atto di attività finalizzate a raggiungere obiettivi definiti durante la progettazione. Durante l'annualità 2019-2020, in particolare, a fronte anche dell'emergenza sanitaria, SR ha introdotto, tramite questo strumento, nuove modalità e procedure dal punto di vista organizzativo e gestionale. Ampia attenzione è stata dunque rivolta all'introduzione di un nuovo sistema per svolgere riunioni e incontri attraverso le videoconferenze, limitando così le trasferte. Durante questi momenti sono stati trattati importanti argomenti prettamente organizzativi legati alla gestione del personale e degli ammortizzatori sociali. Non solo: il sistema ha permesso di procedere anche con la partecipazione a gare d'appalto mettendo in atto una sinergia tra sedi operative chiamate a supportare l'ufficio centrale nella progettazione. Questa azione ha comportato ricadute positive sulla conciliazione vita/lavoro del personale oltre a diminuire i costi per gli spostamenti e ridurre le ore di assenza dal luogo di lavoro da parte dei diversi responsabili interni. Inoltre, dal punto di vista

della sicurezza, ha permesso di rispettare le linee guida dettate dalla situazione, evitando assembramenti all'interno dei luoghi di lavoro. "Considerati i riscontri positivi, l'azienda intende procedere anche nei prossimi anni con il miglioramento del servizio messo a disposizione, soprattutto dal punto di vista tecnologico", spiega **Tommaso Putin**, Cfo dei SR. "Per quest'anno invece, ci focalizzeremo su altri obiettivi progettuali: realizzare una mappatura dei modelli organizzativi attuati nei diversi appalti; sviluppare una comunità di buone pra-

tiche tra ispettori, coordinatori, responsabili di area; predisporre un funzionigramma che identifichi uffici, competenze, referenti, mansioni, contatti; introdurre strumenti di comunicazione ad hoc per nuovi assunti con funzioni coordinamento".

Camst: un pilastro aziendale

Proprio in queste settimane **Camst** sta lanciando il nuovo piano di welfare per il 2021, basato su principi cardine quali la coerenza con i bisogni della popola-



zione aziendale e la sostenibilità con il quadro economico. Un passo indietro: l'importanza del benessere dei suoi collaboratori è da tempo uno dei pilastri della coop guidata da **Danilo Villa**. Il punto di partenza in questo ambito è stata l'indagine sviluppata tra il 2018 e il 2019, finalizzata a identificare i bisogni di WA, anche tramite questionari sottoposti ai dipendenti.

Da allora, sono numerose le iniziative e le attività sviluppate dall'azienda, che pone grande attenzione in primis alle famiglie, cui sono dedicati servizi "people care" focalizzati sul dare un supporto concreto nelle necessità di cura di bambini e ragazzi, di assistenza ad anziani e non autosufficienti, e per le fragilità personali. "Ogni anno prevediamo poi borse di studio e bonus università per dipendenti e figli di dipendenti meritevoli", ci dice **Marta Faleschini**, dirigente Persone, Sostenibilità e Valore Condiviso di Camst. "Inoltre, nel marzo 2021 abbiamo donato 100 tablet ai figli di dipendenti fra gli 11 e 14 anni per permettere loro di seguire la didattica a distanza, che in diverse regioni è stata riattivata nei mesi scorsi".

Anche per quanto riguarda la salute, la presenza dell'azienda al fianco dei suoi collaboratori è solida, grazie a collaborazioni con **ANT** e **Istituto Veronesi**, che offrono servizi di prevenzione oncologica con visite specialistiche gratuite.

In ambito consulenziale invece, l'azienda offre ai suoi dipendenti assistenza nella ricerca dei servizi di welfare, grazie a un assistente interno dedicato, e supporto nella gestione delle pratiche amministrative personali. Mediante la piattaforma di **BluBonus** poi, raccoglie tutti i bonus, gli incentivi e le agevolazioni nazionali e regionali, in modo da renderli più facilmente identificabili.

"Per quanto riguarda la diversity", riprende la manager, "abbiamo lanciato un progetto interno dedicato alla leadership femminile, con un percorso di formazio-

ne che vede coinvolte oltre 1.000 dipendenti in tutta Italia. Obiettivo: contribuire a diffondere a tutti i livelli maggiore consapevolezza sui temi dell'inclusione". Anche in merito al delicato e urgente tema della lotta alla violenza contro le donne, è previsto un aggiornamento di "Exit - Uscite di sicurezza dalla violenza", l'opuscolo informativo realizzato con D.I.R.E.

Per poter supportare in maniera concreta anche dal punto di vista economico i collaboratori, a maggior ragione in seguito all'anno appena trascorso, **Camst** ha messo in atto il "microcredito Covid-19", indirizzato ai dipendenti con fasce di reddito annue più basse e che hanno subito pesantemente gli effetti di blocco delle attività (fieristica, commerciale, scuole e altre). Non solo: "Abbiamo continuato a erogare il prestito a soci nel rispetto dei criteri d'accesso e a garantire l'anticipo Tfr che viene concesso, in deroga alle disposizioni standard, ai dipendenti in particolari situazioni di necessità", conclude **Faleschini**. Oltre a queste attività di supporto, **Camst** ha impiegato uno sforzo economico e finanziario importante per garantire l'anticipo della **FIS** e della **CIGD** a tutti.

L'Employee Relief Program di Sodexo Italia

"Durante l'ultimo anno abbiamo strutturato le attività di welfare soprattutto per mitigare gli effetti della pandemia sui nostri collaboratori, mettendo al centro l'ascolto, la condivisione e l'informazione", esordisce **Nadia Bertaggia**, HR director di **Sodexo Italia**. "Su questo aspetto abbiamo formato i nostri manager, affinché potessero dare sostegno ai propri collaboratori riguardo ansie, paure e preoccupazioni: l'aspetto psicologico, in questo contesto, rappresenta una variabile fondamentale. Fin da subito, il nostro team di 30 esperti in materia di qualità e sicurezza ha elaborato



nuovi protocolli in linea con le disposizioni legislative e declinati per differenti tipologie di servizio. Parallelamente, abbiamo dotato i nostri collaboratori dei necessari DPI e attivato sessioni formative ad hoc, con l'obiettivo di illustrare ogni aspetto previsto dalle nuove modalità di servizio".

Con l'obiettivo di mantenere invariata la loro capacità di spesa, a livello globale **Sodexo** ha lanciato l'**Employee Relief Program**, un progetto dal valore di oltre 30 milioni di euro che prevedeva la donazione da parte del top management di denaro da redistribuire ai collaboratori fermi a causa dei lockdown nazionali.

All'interno di questo programma, l'Italia è intervenuta con un proprio progetto di solidarietà accompagnato da un forte messaggio di speranza e di sostegno. Anche i manager italiani, come i loro colleghi internazionali, hanno rinunciato ai premi 2020.

Non solo: gli ammortizzatori sociali sono stati tempestivamente attivati e il Fondo Integrazione Salariale è stato anticipato per rispondere immediatamente alle aspettative dei lavoratori. In più, a seconda delle disposizioni legislative, è stato introdotto lo smart working.

"A settembre, malgrado l'emergenza, abbiamo attivato la survey **VOICE**, un canale di ascolto sull'impegno dei collaboratori nell'ultimo anno che ha coinvolto circa due terzi dei dipendenti (65%). L'indagine ha fatto emergere un sentimento molto positivo, con l'84,5% dei rispondenti che ci hanno dato fiducia dichia-

rando che l'azienda ha gestito bene gli impatti della pandemia. Una nuova versione della survey verrà lanciata a maggio 2021".

Durante questo anno di pandemia, l'offerta di servizi di welfare è stata dunque potenziata per poter essere accanto ai clienti supportando la loro continuità operativa.

"Con questo obiettivo abbiamo introdotto il programma **RISE with Sodexo**, che si articola in cinque aree d'azione chiave per poter lavorare in sicurezza: pianificazione della ripartenza, protezione della salute e sicurezza delle persone, attivazione di soluzioni su misura a seconda delle singole esigenze, promozione del benessere dei dipendenti, ripensare gli ambienti di lavoro e il modo in cui vengono occupati gli spazi. Anche in questo senso, l'attenzione ai collaboratori dei nostri clienti è stata al centro del nostro approccio, dando loro lo stesso valore e la stessa importanza che abbiamo dato ai nostri", chiosa **Bertaggia** la sua e la nostra approfondita analisi su un tema che non è solo un aspetto cui guardare sul piano del miglioramento organizzativo interno. Perché il WA può anche collegarsi al completamento del core-business di una azienda, e, conclude **Scansani** questa lunga analisi, "per gli operatori della ristorazione rappresenta anche un'occasione per posizionarsi come partner dei propri clienti per realizzare programmi di well-being organizzativo più estesi, capaci di consolidare la relazione con il committente in una fase critica nella quale la capacità di innovare fa già oggi la differenza e la farà sempre di più domani".