

4 Luglio 2023

Nuovi prodotti e nuove proposte per il mercato del welfare aziendale

Crescono le proposte per integrare le “classiche” piattaforme di welfare aziendale. Vi raccontiamo le esperienze di Bonoos, strumento finalizzato a far conoscere bonus e agevolazioni pubbliche, e di WIN, applicativo per supportare il processo di analisi dei bisogni di lavoratori e lavoratrici.

Valentino Santoni

Come vi abbiamo raccontato recentemente negli ultimi anni **il mercato del welfare aziendale sta conoscendo alcuni cambiamenti rilevanti**, come ad esempio l'ingresso delle società **FinTech**, cioè operatori che forniscono prodotti e servizi finanziari attraverso le ITC (Tecnologie dell'informazione e della comunicazione).

Grazie alle nuove tecnologie e ad una maggiore maturità del settore, stanno arrivando però anche altre **nuove proposte** che cercano di andare a **integrare l'offerta** messa a disposizione dalle **“classiche” piattaforme**. Tra queste ci sono le esperienze di Bonoos e WIN – What I Need.

Far conoscere i bonus e le agevolazioni: il caso di Bonoos

Bonoos è una società benefit, fondata da Emanuele Cipriani e Giovanni Scansani, che nasce a marzo 2023. Si tratta di una webapp che le imprese possono mettere a disposizione dei propri collaboratori affinché possano **conoscere l'offerta pubblica di bonus e agevolazioni** erogati dallo Stato, dalle Regioni e dai Comuni.

*“Molto spesso”, ci dice **Giovanni Scansani**, “le persone non conoscono le opportunità in termini di bonus previsti dal welfare pubblico. Per questo **abbiamo effettuato una mappatura dei contributi e delle agevolazioni disponibili in Italia** e ne è uscita una fotografia molto interessante: sono centinaia i bonus pubblici i cui ambiti di intervento sono **del tutto coerenti con il welfare aziendale e con i bisogni dei lavoratori**, il che rende paradossale che nessuno di questi sia coordinato con le iniziative che in materia sono poste in essere dalle imprese datrici di lavoro”.*

Le società FinTech stanno cambiando il mercato del welfare aziendale?

Il mercato del welfare aziendale è in continuo cambiamento. Su queste pagine vi raccontiamo continuamente di come operatori e provider di welfare aziendale giochino un ruolo cruciale per le imprese che investono nei servizi e benefit di welfare. Nel 2019 abbiamo anche dedicato un capitolo del nostro Rapporto biennale a questo tema, proponendo una ricerca ... [Leggi tutto](#)



“Un altro ostacolo”, aggiunge Emanuele Cipriani, “è dato dalla complessità delle procedure che induce moltissimi potenziali beneficiari a desistere, rinunciando ad importi che da soli o sommati tra loro, superano di gran lunga il valore medio di un piano di welfare aziendale.” Il fenomeno del mancato accesso ai bonus da parte degli aventi diritto ha anche un nome in ambito sociologico: **“non take-up”**. In sintesi vuol dire che un potenziale beneficiario di una misura o un’agevolazione pubblica non la richiede (pur avendone diritto), perché non la conosce, non riesce ad accedervi o non reputa vantaggioso farlo perché la procedura per l’ottenimento è troppo complessa.

“Ed è per questo”, continua Scansani, “che con Bonoos i lavoratori possono superare questi ostacoli grazie alla semplicità con la quale abbiamo reso possibile la ricerca e la comprensione delle procedure sfruttando algoritmi che consentono di incrociare il profilo del singolo con l’offerta pubblica di sostegni economici rivolti a platee sempre più ampie di beneficiari.

Una piattaforma per favorire l’integrazione tra welfare pubblico e aziendale

I dipendenti possono quindi accedere alla piattaforma, inserire alcune informazioni di profilazione – come ad esempio la località di residenza e gli ambiti di interesse – ed effettuare ricerche semplici ed intuitive. Aggiunge Emanuele Cipriani: **“di bonus ce ne sono ormai più di 450 e coprono le aree di intervento proprie del welfare aziendale: famiglia, infanzia, anziani, non autosufficienza, tempo libero, mobilità, scuola, casa, e altro ancora”**. Sulla base di ciò la webapp mostra tutte le misure disponibili, **sintetizzando in una scheda i dettagli del singolo bonus pubblico** prescelto: il valore economico, i destinatari, i requisiti di accesso e le modalità di presentazione della relativa domanda.

In questa direzione Bonoos offre una soluzione semplice ma concreta per **favorire l’integrazione tra il welfare pubblico e quello aziendale**. L’idea alla base dell’app è infatti molto interessante: integrare l’offerta di welfare aziendale messa a disposizione dalle imprese con tutte le informazioni necessarie per

accedere ai bonus pubblici. Inoltre, **le funzionalità di Bonoos sono integrabili anche con le piattaforme dei provider** di welfare aziendale. Alcuni di questi hanno anche raggiunto degli accordi con la società.

Le piattaforme digitali di welfare in Italia: la mappatura di WePlat

Le piattaforme digitali sono diventate l'interfaccia per trovare la maggior parte dei servizi che cerchiamo nella nostra quotidianità: le usiamo per prenotare i viaggi, per ordinare una cena a domicilio, per vedere un film, per comunicare con gli amici, per trovare partner... La stessa cosa sta succedendo nei servizi di cura? Ci rivolgiamo a un'app anche ... [Leggi tutto](#)



Che ai provider questa soluzione interessi è comprensibile. Essendo uno strumento interamente digitale è facilmente integrabile nelle loro piattaforme che includendo i servizi di Bonoos possono così **completare l'offerta di welfare aziendale**. Questo anche perché, attraverso una rete di CAF e Patronati convenzionati con Bonoos, è inoltre possibile richiedere e gestire le pratiche necessarie per accedere ai bonus (tra cui, per esempio, lo SPID, l'attestazione ISEE e vari altri certificati).

“Stiamo suscitando un grande interesse”, conclude Scansani. “Questa formula l'abbiamo definita come la ‘terza gamba’ del tavolo del welfare aziendale il quale, sulle sole due rappresentate da flexible e fringe benefit, non può reggersi stabilmente e completamente: occorre la terza, quella dei public benefit”.

Supportare la fase di analisi dei bisogni: il caso di WIN – What I Need

Un altro prodotto utile alle aziende che vogliono investire correttamente nel welfare aziendale è **WIN – What I Need**.

Come vi abbiamo raccontato, si tratta di uno strumento digitale pensato per far emergere i reali bisogni di chi lavora in una organizzazione. Ideato dalla Società Benefit **Walà**, con il supporto scientifico di **Percorsi di secondo welfare**, WIN è un **questionario “adattivo”** che, in un tempo limitato, è in grado di individuare le necessità più impellenti della persona che lo compila. Attraverso domande mirate, che nel corso del questionario possono cambiare in base alle risposte precedentemente date, WIN è in grado di **identificare le effettive difficoltà che una persona incontra nella propria vita quotidiana** e che possono trovare risposta con il welfare aziendale o altri interventi dedicati al benessere.

Come descritto in questo approfondimento, gli esiti finali della rilevazione vengono sintetizzati in una **dashboard** che restituisce alle imprese un quadro chiaro, immediato e dettagliato dei risultati e, quindi, dei veri bisogni della popolazione aziendale. In questo modo il management aziendale può iniziare a lavorare su misure e servizi di welfare aziendale “su misura” per le esigenze individuate, oppure ripensare il piano di welfare in essere per affrontare meglio alcune problematiche emergenti.

Come cogliere la complessità dei bisogni per fare welfare aziendale: spunti dalla sperimentazione di WIN

Per essere efficace il welfare aziendale deve partire dall'analisi dei bisogni. Come vi abbiamo raccontato recentemente, sono numerose le ricerche che mettono in luce come la conoscenza delle effettive necessità – sociali e non – di lavoratori e lavoratrici sia cruciale per dar vita a un piano di welfare efficace. La pratica di svolgere ricognizioni ... [Leggi tutto](#)



Secondo Welfare

L'obiettivo di WIN è quindi quello di sostenere le imprese che fanno welfare, attraverso uno **strumento non standardizzato e “neutro”**. Ad utilizzare questo aggettivo è Martina Tombari, CEO di Walà, la quale afferma che *“l'analisi fatta attraverso WIN è finalizzata a **profilare i bisogni delle persone in azienda**. Questo*

è importante perché non è una survey che 'indirizza' invece verso l'acquisto di determinati servizi: l'obiettivo di WIN è piuttosto quello di arrivare ad un piano di welfare efficace e sostenibile".

*“La metodologia che c'è dietro allo strumento è finalizzata a far emergere le reali necessità delle persone, le quali – anche per tenere in considerazione la normativa sul welfare aziendale – sono riassunte in **6 aree di bisogno**: carichi di cura familiari, vulnerabilità economico-finanziaria, salute e benessere psicologico, necessità legate alla formazione, mobilità e tempo libero. Il sistema di WIN non trascurava nessuna di queste perché punta a far emergere la situazione reale che c'è in azienda, **senza condizionare in alcun modo il rispondente**”, conclude Tombari.*

Un mercato sempre più maturo

Le **piattaforme**, ma anche le card e i buoni acquisto, sono soluzioni essenziali per il welfare aziendale: garantiscono infatti la spendibilità del credito welfare sui territori e quindi rappresentano l'oggetto centrale di questo mercato. Oggi stanno nascendo però **altri strumenti che vanno ad integrare i servizi svolti dai provider**, allo scopo di migliorare l'impatto che il welfare aziendale può avere per imprese e dipendenti.

Si tratta di un **segnale di maturità, sia del mercato sia delle organizzazioni** che investono nel welfare. Per quanto riguarda il mercato, è infatti rilevante che si investa in proposte sempre più specifiche e finalizzate a migliorare il modo con cui le organizzazioni fanno e interpretano il welfare. Dal lato delle aziende si evidenzia invece una maggiore consapevolezza di come i servizi e i benefit rivolti ai dipendenti non possano limitarsi alle possibilità previste dalla normativa.

Devono esserci proposte che puntano all'integrazione con il welfare pubblico – come si propone di fare Bonoos – e altre che invece aiutano a svolgere quelle pratiche fondamentali per attivare un piano di welfare efficace, come l'analisi

dei bisogni per quanto riguarda l'esperienza di WIN. Un'evidenza di come questo **particolare mercato si stia sviluppando non solo in "quantità", ma anche in termini di "qualità" dell'offerta.**

 Foto di copertina: Pexels.com