



Dal Welfare Index alle Società benefit: segnali positivi verso la creazione di valore condiviso e la crescita della produttività aziendale nazionale

Chi vive meglio lavora meglio. Un binomio sempre più difficile da raggiungere in una società che va a mille, dove il tempo risulta ristretto, diviso tra una serie di attività che non si possono rimandare. Una fatica fisica e psicologia per i lavoratori, che difficilmente trova conforto in tante aziende che, dovendo concorrere su mercati sempre più competitivi e globali, guardano solo all'efficienza ed alle performance.

Malgrado tale contesto, poiché migliorando il benessere dei dipendenti aumenta la produttività delle imprese, il welfare aziendale in Italia cresce. È quanto emerge dal Rapporto Welfare Index PMI 2018, promosso da Generali Italia con la partecipazione di Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato e Confprofessioni, che per il terzo anno ha analizzato il livello di welfare nelle piccole medie imprese italiane.



Quest'anno Staff&Call ha contribuito al Rapporto WIPMI 2018 realizzando la rilevazione CATI-CAWI (oltre 4.000 interviste, circa il doppio di quelle realizzate nel 2016) per conto di Innovation Team, Istituto che da tre anni a questa parte si occupa di fornire la fotografia puntuale e statisticamente significativa dello stato dell'arte del welfare aziendale nelle PMI italiane.

Il rapporto mette in evidenza una stretta correlazione tra il miglioramento del benessere, la soddisfazione dei lavoratori e la crescita della produzione aziendale: questi fattori secondo il 42,1% delle PMI nazionali sono il principale obiettivo nelle scelte di welfare.

Inoltre poiché l'attività d'impresa è il principale fattore di produzione di ricchezza e benessere, determinante anche negli equilibri sociali e ambientali, oltre alla crescita dei servizi di welfare interni (asili, palestre, mense, maggiordomi..etc.), che tendono a migliorare il clima di lavoro, l'impiego di figure professionali (coach, psicologi, ..etc.) per ascoltare ed aiutare le persone a migliorare il modo di affrontare la vita ed il lavoro va inquadrata la nascita ed evoluzione di una nuova forma giuridica di impresa: la Benefit Corporation.

Nate in USA come valida e scalabile risposta per le esigenze di imprenditori che dovevano raccogliere capitali, crescere o cedere la propria attività, senza disperdere i valori fondanti, sociali e ambientali, originari, dal 2016 anche in Italia sono state attuate leggi per istituire Società Benefit, orientate verso un modello in cui la sostenibilità, il benessere ed i valori sociali sono sullo stesso piano della ricerca del profitto.

Secondo Robert Shiller, premio Nobel per l'economia, "le benefit corporation grazie al loro doppio scopo avranno risultati economici migliori di tutte le altre aziende".

Le Società Benefit restano, infatti, aziende profit ma che prevedono, a partire dai loro statuti, interessi per l'ambiente ed il territorio, la società, la vita dei propri lavoratori, con un'attenzione che trova la sua declinazione in ogni passaggio della catena di produzione, dalla fase creativa alla distribuzione, dando all'economia una dimensione etica.

Se per gli imprenditori è un modo di riappropriarsi del loro sogno originario di avere un impatto positivo sul mondo (il successo dipende dalla comunità, dalle persone, dal territorio) la società benefit è più attraente per gli investitori, offrendo maggiori tutele legali, di responsabilità e trasparenza, per i lavoratori, consente di partecipare ad una missione di impatto positivo, e per i clienti, che sempre più prestano attenzione alla sostenibilità, alle filiere corte e trasparenti, al sociale.

Le Società Benefit sono un'evoluzione del concetto di azienda, integrando nel proprio oggetto sociale, oltre agli obiettivi economici, l'impatto positivo sulla società e sul contesto e la creazione di valore condiviso. Non si tratta di Imprese Sociali o Non profit, ma di una trasformazione positiva del modello di impresa a scopo di lucro, adeguato alle sfide ed alle opportunità dei mercati del XXI secolo. Una forma giuridica virtuosa e innovativa che introduce nell'esercizio d'impresa, oltre allo scopo di lucro, una o più finalità di beneficio comune su persone, comunità, territori e ambiente.

Di fronte ai processi di globalizzazione e di sviluppo digitale e tecnologico, sempre più impattanti e veloci, è normale porsi domande su cosa è giusto, quali sono i fini e quali i doveri, che sottendono ai temi "grandi" della felicità personale e del bene collettivo, della libertà individuale e della giustizia sociale e dei valori comuni, e cercare risposte che richiamino l'etica del business, la deontologia professionale e modelli aziendali in cui tutti danno il proprio contributo per il benessere personale e quello comune.

Per noi che operiamo nel Marketing e rileviamo una volontà di cambiamento/rinnovamento nella politica, nei modelli di vita, verso un'informazione proveniente da giudizi e pareri non orientati, verso acquisti consapevoli, verso tematiche sociali, solidali ed ecologiche, l'etica aziendale ed operare in trasparenza, legalità e per il benessere di tutti gli stakeholder è un "must" oltre che una strategia per essere visti con maggiore interesse ed apprezzamento.

La disciplina delle Società Benefit è contenuta nella legge n.208 del 28/12/2015 (legge di Stabilità 2016) Art.1, Commi 376-384 ed è entrata in vigore a partire dall'1 Gennaio 2016; occorre soddisfare standard qualitativi significativi, su cui vigila l'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Antitrust).

Per noi, che per restare a lavorare nella nostra terra, abbiamo scelto "*i valori compensativi del disatteso guadagno*" e una vision aziendale come "*think global act local*", nella considerazione sia delle dinamiche planetarie che delle peculiarità storiche, culturali e dei mercati dell'ambito in cui operiamo, essere una Società Benefit significa interpretare correttamente e con ottimismo il ruolo dell'azienda nel contesto economico e sociale.

Nell'era del digitale, in un mondo sempre più offuscato da stimoli pubblicitari presenti un po' dappertutto e contatti commerciali ripetuti, in cui per fare fatturato ed accontentare economicamente i clienti, si è tralasciata la ricerca, lo studio e la sperimentazione per puntare all'esecuzione veloce ed economica, portiamo avanti idee semplici e di rottura con il passato ed iniziative che facciano leva sulle emozioni ed il coinvolgimento.

A partire dall'organizzazione aziendale la nostra mission è :



**Per informazioni più dettagliate chiama il Numero Verde 800 973 058
o compila il form sul sito www.staffcall.it**