

**Well**MAKERS  
by BNP PARIBAS

# RICERCA EUMETRA

Ricerca sugli scenari del Wellbeing  
e del Welfare aziendale

REPORT DELLA RICERCA



**eu**  
eumetra

## INDICE DEL REPORT

1.	<u>DOMANDE E OBIETTIVI DELLA RICERCA</u>	3
2.	<u>CAMPIONE INTERVISTATO</u>	4
3.	<u>ABSTRACT</u>	5
4.	<u>SITUAZIONE ATTUALE</u>	6
5.	<u>EVIDENZE DELLA RICERCA</u>	8
6.	<u>CONCLUSIONI</u>	12

## DOMANDE E OBIETTIVI DELLA RICERCA



**La ricerca condotta da Eumetra per conto di BNP Paribas è incentrata sulle seguenti tematiche:**

- L'attenzione al benessere dei dipendenti da parte delle aziende
- L'attenzione alle tematiche di CSR
- Il clima aziendale
- Vantaggi e ritorni attesi dal Welfare/Wellbeing
- L'uso e la conoscenza delle piattaforme di gestione del credito Welfare

L'obiettivo della ricerca è capire l'importanza per Aziende e dell'impegno in termini di Responsabilità Sociale, Welfare e Wellbeing, analizzando le aspettative dei dipendenti ed il punto di vista dei direttori Risorse Umane e dei Titolari. La ricerca ha lo scopo di individuare gap comunicativi e cogliere idee sulle soluzioni utili per accorciare la distanza tra investimento "reale" e ritorno "percepito" da parte delle aziende che adottano soluzioni di Welfare e Wellbeing.

## CAMPIONE INTERVISTATO

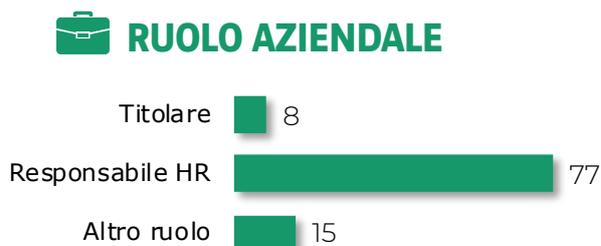
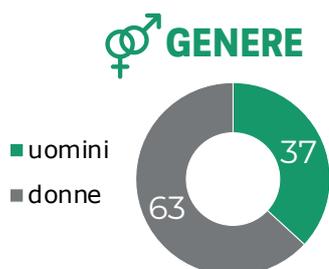
La ricerca si è svolta attraverso una survey online **effettuata** su un campione costituito da 2 cluster, uno relativo a 272 intervistati con il ruolo di HR/Responsabili HR aziendali ed un secondo cluster costituito da 1000 dipendenti di aziende di vari settori

Rispetto al campione HR/Responsabili aziendali (d'ora in avanti identificabili in "aziende"), il campione è costituito per il 63% da donne. Nel 77% dei casi l'intervistato ha il ruolo di responsabile HR e la maggioranza delle aziende proviene dal settore terziario (72% sul totale).

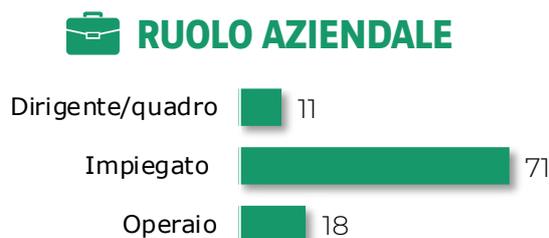
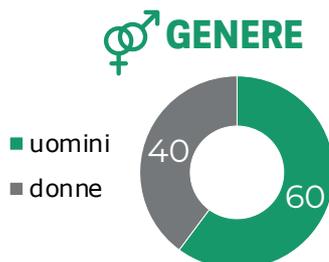
Il campione di dipendenti invece è preso da una base di 1000 casi: **i rispondenti sono per il 60%** uomini e nella maggior parte dei casi impiegati (71% del totale).

In entrambi i cluster, oltre la metà delle aziende rappresentate è di grandi dimensioni (oltre 500 dipendenti nel 55% e 52% dei casi), **questo dato rende quindi i due panel analizzasti coerenti e comparabili.**

### GRAFICI PROFILO CAMPIONI / AZIENDE



### GRAFICI PROFILO CAMPIONI / DIPENDENTI



## ABSTRACT

In questo momento storico, contrassegnato da volatilità ed incertezza, il focus sui bisogni delle persone ed il benessere psico-fisico è diventato una tematica cruciale per le organizzazioni: la transizione verso lo **sviluppo sostenibile** a 360° passa anche dall'attenzione autentica verso le persone e le loro esigenze, verso valori di equità ed inclusione, verso la valorizzazione del talento e la promozione di principi di fiducia e lealtà, in pieno contesto di **Corporate Social Responsibility**.

Le imprese più all'avanguardia hanno investito in **piattaforme di Welfare** sempre più complete ed efficienti, personalizzate sulla base delle necessità dei dipendenti. Quelle ancora più sensibili ed attente si sono rivolte al **Wellbeing**, un concetto che va oltre i beni ed i servizi di Welfare e che si spinge verso politiche strategiche di miglioramento del clima aziendale, dell'equilibrio vita privata e lavoro, di benessere psico-fisico del personale. Per raggiungere un simile obiettivo, **BNP Paribas** ha investito in una survey specifica, condotta da Eumetra intervistando 272 HR/titolari di aziende e 1000 dipendenti.

A livello di contesto, è utile evidenziare ancora più chiaramente la connessione che lega la tematica solo apparentemente "privata" del benessere psico-fisico individuale a quella della sostenibilità collettiva: gli obiettivi di sviluppo sostenibile dettati

dall'Agenda 2030 possono essere effettivamente raggiunti solo attraverso l'impegno concreto di tutti gli individui, che di fatto non possono contribuire in maniera tangibile alla sostenibilità globale senza trovarsi in primis in una condizione individuale di benessere. Non si tratta di una semplificazione ma della traduzione nella realtà quotidiana degli SDGs e dei target dell'Agenda di Sviluppo Sostenibile, in cui il **Wellbeing** può essere concepito di fatto come il "metodo su cui investire oggi per traguardare gli obiettivi di domani". Le persone però in questi ultimi anni, segnati dal precariato e dall'incertezza, hanno maturato sfiducia crescente verso le istituzioni, preoccupazioni per il futuro delle proprie famiglie, ancor prima dei timori dovuti alle conseguenze incombenti del cambiamento climatico in atto.

In questo contesto socio-economico le imprese, che godono di maggiore credibilità tra le persone rispetto al mondo politico-istituzionale, vengono individuate come potenziali driver di cambiamento. Si evidenzia infatti la forte richiesta di un crescente aiuto sociale: cioè che le Aziende si impegnino ancora di più in ambito di **Responsabilità Sociale d'Impresa**, occupandosi del contesto ambientale e socio-culturale, aiutando le persone a vivere al meglio le loro vite e mostrando sensibilità ed attenzione verso i propri dipendenti.

## SITUAZIONE ATTUALE

Il report, nel suo proposito di analizzare la situazione delle azioni di Corporate Social Responsibility, Welfare e Wellbeing da parte delle aziende, non può evitare di far coincidere l'analisi con il **contesto sociale** in cui si sta vivendo, sia a livello privato che nelle realtà d'impresa aziendali, il quale risente ancora pesantemente della pandemia e dei suoi effetti.

In ambito aziendale si registrano evidenti riflessi sia per gli quanto riguarda gli aspetti organizzativi che a livello di problematiche di business:

- ➔ Lo **Smart-Working**: gli impiegati in smart working attualmente sono ancora molto numerosi (40%), anche se il dato appare in contrazione rispetto al primo periodo pandemico (56%); il lavoro agile è un fenomeno più diffuso nelle grandi aziende (smart working al 47%) che in quelle di medie dimensioni (28%). L'elemento comune è l'incertezza: per il futuro non necessariamente si verificherà un totale ritorno in presenza, ma la soluzione più equilibrata potrebbe essere quella ibrida, e comunque flessibile.
- ➔ Per il 76% del campione la pandemia ha causato **problemi di business** nella grande maggioranza delle imprese (76%), anche se il campione considera questi problemi per lo più di livello medio (33%) o moderato (33%), piuttosto che grave (10%). Nel 77% dei casi questi problemi sono considerati risolti o in via di soluzione.

A livello di risposte si registra una differenza costante tra le HR ed i dipendenti che in realtà attraversa molti risultati di ricerca: le HR ritengono già avviate molte attività, mentre la percezione dei dipendenti è più critica. **Le ipotesi sono due:**

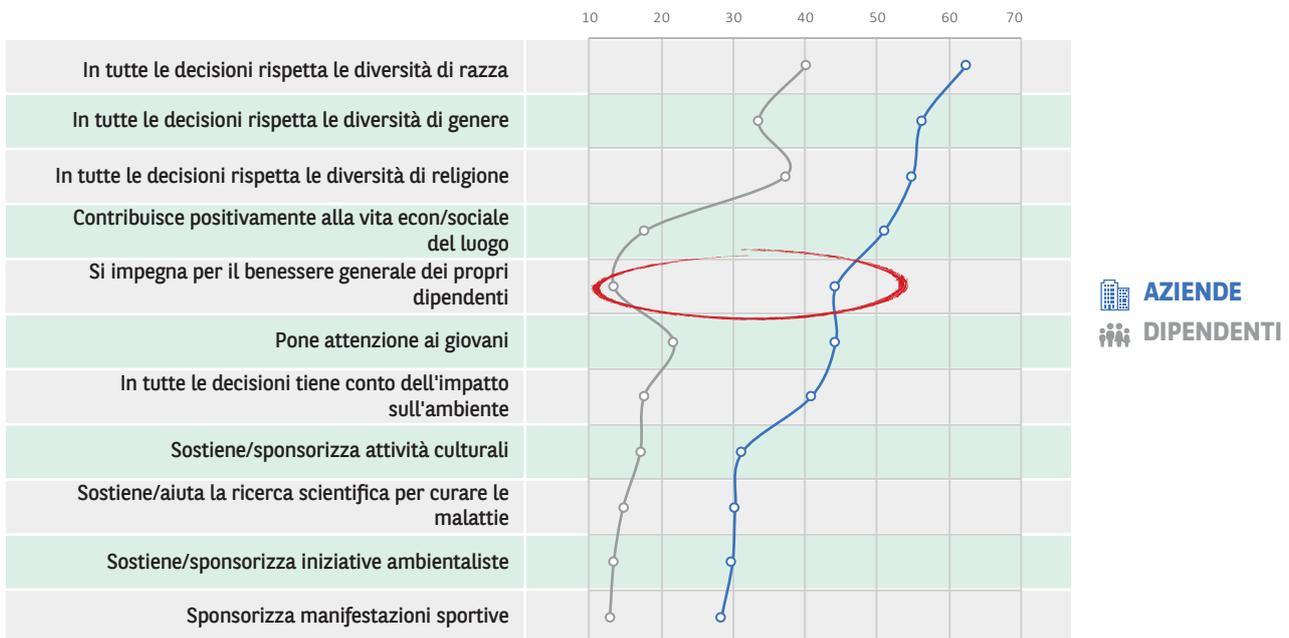
Le HR tendono ad essere centrate sul proprio ruolo e considerano come già conseguiti molti risultati che invece sono solo in corso di realizzazione e che genereranno risultati in futuro;

Oppure questa differenza potrebbe essere la conseguenza di due fattori:

- ✓ coinvolgimento solo parziale dei dipendenti, per cui molti non ne hanno coscienza;
  - ✓ possibile carenza di comunicazione.
- La conseguenza è che, di fatto, molti dipendenti non ne abbiano conoscenza, quand'anche le opportunità siano a disposizione.



# Le Aziende e l'assunzione di responsabilità sociale: dal punto di vista delle Aziende e dei dipendenti



## EVIDENZE DELLA RICERCA

Prendiamo ora in esame le evidenze che emergono dalla ricerca attraverso le risposte raccolte da HR e dipendenti.

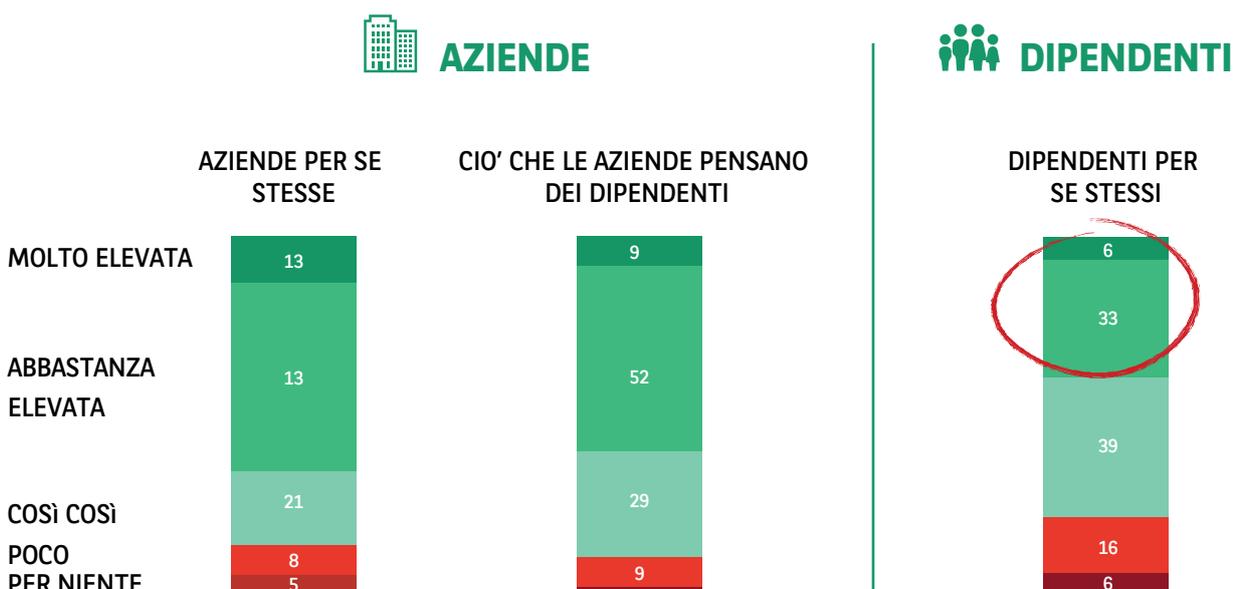
### Le iniziative di Welfare e Wellbeing

I principali indicatori della ricerca rispetto alle attività di Welfare e Wellbeing in atto nelle aziende mostrano che secondo le stesse aziende la diffusione di piani di questo tipo è abbastanza elevata

### RISPOSTE HR:

**72% Welfare e 74% Wellbeing rispettivamente). Il dato sulla percezione dei dipendenti presenta invece sostanziali differenze tra Welfare (53%) e Wellbeing (32%).**

Il divario tra i due cluster si può spiegare con un inadeguato coinvolgimento dei dipendenti e/o da una comunicazione interna insufficiente o poco strutturata. Il quadro generale delinea una buona soddisfazione, con la necessità resa esplicita dalle HR di poter disporre di maggiori risorse economiche e di migliorare la comunicazione ai dipendenti.



## Focus sul Wellbeing

Rispetto alle sole iniziative di Wellbeing, la formazione è in cima ai risultati: è infatti presente nel 98% delle aziende campione e riconosciuta dal 93% dei dipendenti intervistati, con unanime accordo di HR e dipendenti. Passando ad attività più orientate al benessere, la distanza tra HR e dipendenti invece si rende più evidente: prendiamo ad esempio i servizi di supporto alla famiglia che vengono menzionati come presenti nel 58% dei casi nel cluster HR, mentre il dato si ferma al 37% dei casi lato dipendenti. Analoga considerazione vale per le iniziative di relax individuale e collettivo, con divari intorno a 30 punti percentuali tra HR e dipendenti.

## Aree di benessere messe a disposizione dei dipendenti

Le **6 aree** più menzionate dal cluster HR in tema di benessere (sia di quelle messe a disposizione che di quelle su cui si pone più attenzione) risultano:

- **salute ed assistenza,**
- **condizioni di lavoro e sicurezza,**
- **work-life balance,**
- **previdenza,**
- **sviluppo del capitale umano**
- **sostegno economico ai dipendenti.**

Gli indicatori forniti dal cluster dipendenti sono di fatto paralleli e sovrapponibili, anche se percepiti con un distacco di 10-12

punti percentuali in termini di frequenza di citazione. Rispetto ai desiderata dei dipendenti, entrambi i cluster mostrano bassa attenzione per i temi di diversity&inclusion, Welfare di comunità, responsabilità sociale verso i fornitori e sostegno verso educazione/cultura. citazione. Rispetto ai desiderata dei dipendenti, entrambi i cluster mostrano bassa attenzione per i temi di diversity&inclusion, Welfare di comunità, responsabilità sociale verso i fornitori e sostegno verso educazione/cultura.

## Il benessere dei dipendenti può creare vantaggi all'azienda?

Il sondaggio mostra che **l'82% dei dipendenti** si dichiara convinto che il Wellbeing apporti vantaggi all'azienda (il dato HR si attesta sul 66%). Allo stesso modo il 77% dei dipendenti afferma che momenti di pausa e relax concessi dall'azienda porterebbero allo sviluppo di idee migliori. Le risposte lato HR mostrano dati più contenuti, per quanto in linea nel riconoscere i vantaggi del Wellbeing e la possibilità di migliorare la performance grazie ad iniziative di benessere aziendale.

## Le aziende vorrebbero fare di più?

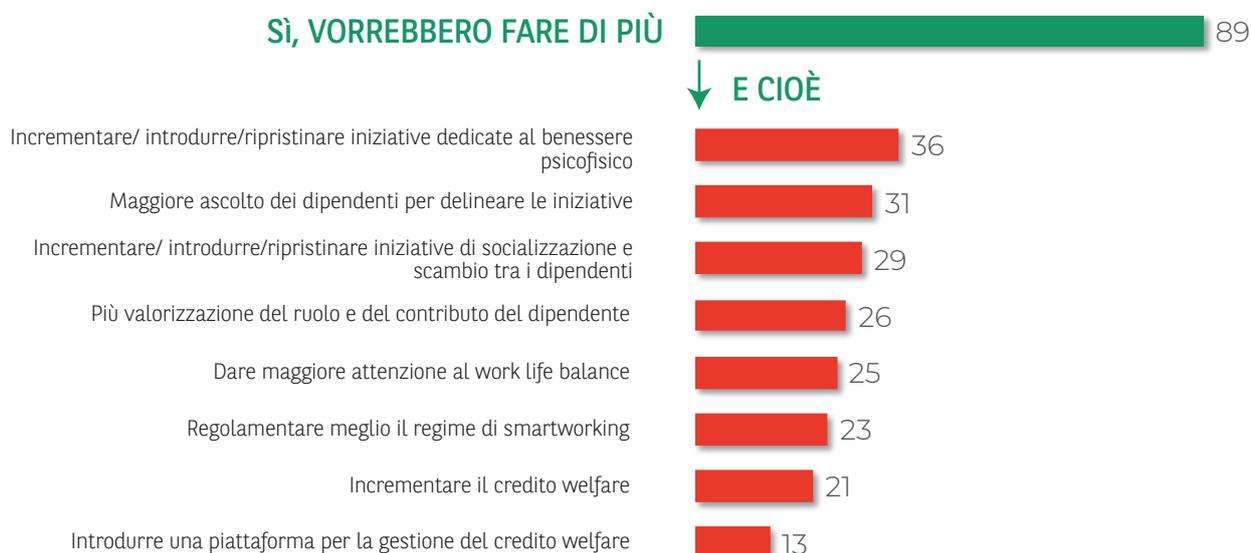
Alla domanda posta alle aziende se vi sia qualcosa in più che vorrebbero fare o vorrebbero fare con più attenzione, la risposta è stata affermativa per l'89% del campione. Rispetto al "cosa" fare, le risposte si sono concentrate sulle iniziative per migliorare

benessere psico-fisico (36%), dare maggior ascolto ai dipendenti per coglierne le esigenze (31%) e incrementare iniziative di socializzazione tra dipendenti (29%).

Tra questo 89% di campione di aziende che dichiara di voler fare di più, la metà di loro afferma che servirebbero più risorse economiche ed il 40% vorrebbe una comunicazione migliore e più efficace sulle iniziative implementate.



## C'È QUALCOSA CHE SI VORREBBE FARE DI PIÙ O CON PIÙ ATTENZIONE PER MIGLIORARE IL LIVELLO DI SODDISFAZIONE?



## CHE COSA PENSA CHE SERVIREBBE PER MIGLIORARE IL LIVELLO? (tra coloro che vorrebbero fare di più - 89%)



### Quali ritorni ci si aspetta dal Welfare/Wellbeing?

Rispetto ai ritorni attesi dalle iniziative di Welfare e Wellbeing, spiccano intorno al 60% delle risposte sia il **miglioramento del clima aziendale**, che **dell'immagine** e della produttività, con risultati più alti tra gli HR, dato comprensibile per il fatto di essere direttamente coinvolti nella programmazione/realizzazione delle iniziative rispetto al resto dei dipendenti.

### Piattaforme esterne per la gestione del credito Welfare

Sull'uso di **piattaforme esterne**, ad oggi il dato di aziende che ne fanno uso si attesta intorno al 30% (con un dato che raggiunge il 60% se si considera chi ne ha fatto uso in passato).

## CONCLUSIONI

Dai dati del report emerge che le Aziende hanno la convinzione che l'assunzione di impegni che rientrano nell'ambito della Responsabilità Sociale d'Impresa, anche tramite lo sviluppo di piani di Welfare e Wellbeing, sia un obiettivo veramente importante da raggiungere. L'intenzione però non è confermata dai riscontri dei dipendenti: dalle loro risposte infatti non traspare la percezione che queste opportunità siano effettivamente e totalmente realizzate.

L'ipotesi che viene fatta, peraltro in qualche misura confermata dalle stesse aziende per mezzo dei loro HR, è che queste attività in effetti necessitino:

- di **maggiori risorse economiche;**
- di **una comunicazione più tempestiva e trasparente ai propri dipendenti.**

Peraltro, la prospettiva di un maggiore impegno da parte dell'Azienda attivando piani di Welfare e Wellbeing è davvero fortemente auspicata dai dipendenti, che nel caso di riscontro, promettono significativi ritorni all'Impresa in termini di produttività, fedeltà e coinvolgimento.

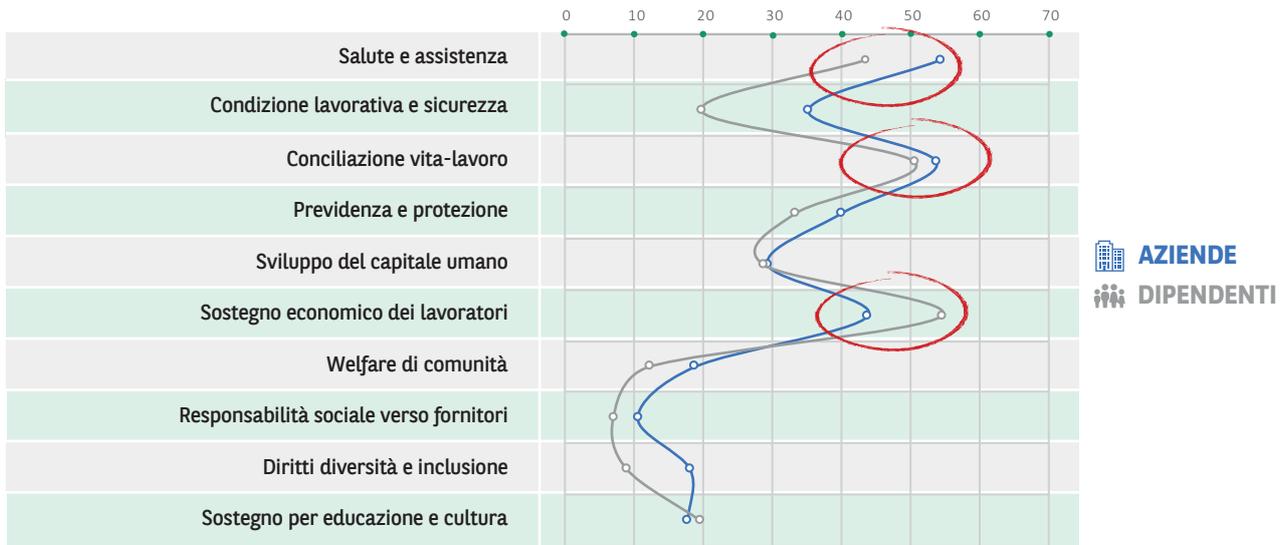
Gli interventi di Welfare e Wellbeing previsti dalle Imprese sono davvero numerosi e variegati: tuttavia è importante segnalare che le attese dei dipendenti sono rivolte soprattutto nelle seguenti direzioni:

- **Sostegno economico dei lavoratori (buoni, ticket, rimborsi);**
- **Conciliazione vita-lavoro, work-life balance (flessibilità orario, smart working, ...);**
- **Salute ed assistenza (fondi sanitari, servizi medici).**

Si delineano in questo modo le **tre aree basiche** del **benessere** in una visione che accomuna sia aziende che dipendenti. Tutti sono concordi nel riconoscere un enorme valore strategico a Welfare e Wellbeing per valorizzare le persone, che sentendosi apprezzate e messe al centro dei valori aziendali rendono l'investimento redditizio restituendo fedeltà e produttività.



## Aree di benessere desiderate dai dipendenti: punto di vista Aziende vs dipendenti





**eu**  
eumetra

**Well**MAKERS  
by BNP PARIBAS