

# Buoni benzina, scuola, visite mediche Così l'azienda che punta sulle donne semplifica la vita alle dipendenti



L'innovazione  
e il nodo credito

Oggi è il PMI Day a Milano. Al centro credito, crescita e innovazione nell'era 4.0. È prevista una tavola rotonda in Camera di Commercio promossa con QN Il Giorno e Ubi Banca a Palazzo Giureconsulti. Partecipano: Marco Accornero, segretario generale dell'Unione Artigiani; Riccardo Tramezzani di Ubi Banca; Silvano Mantovani, ad di Aerea; Lorenzo Pugassi, Presidente di Inofucine; Valerio Momoni di Cerved. Modera Sandro Neri, direttore de Il Giorno.

Tutti i 60 dipendenti di Fpe, realtà romagnola leader nel marketing, hanno aderito alla convenzione sul Welfare Hub di Intesa Sanpaolo.

**Giuseppe Catapano**  
FORLIMPOPOLI (Forti-Cesena)

«**S**IAMO sempre stati sensibili all'importanza del buon vivere, che si trasforma in buon lavoro». Dalle parole ai fatti concreti: la Fusco packing engineering (Fpe), realtà romagnola leader nei servizi di marketing, ha sviluppato un piano di welfare aziendale in cui si manifesta «l'attenzione ai valori del benessere delle risorse umane», spiega la presidente Sara Fusco.

Un'attenzione che, però, non è maturata solo in periodi recenti: già dal 2000 l'azienda - 60 fra dipendenti e collaboratori, 4.200 metri quadri di sede a Forlimpopoli, una sede commerciale a Milano e 5 milioni di fatturato - è ricorsa alla contrattazione di secondo livello per l'erogazione di premi monetari di risultato definiti sulla base di redditività, produttività e presenza.

Premi che, in quanto monetari ed erogati in busta paga, sono penalizzati dalle trattenute. Costi alti e resa non direttamente proporzionale. Da qui la scelta di puntare sul welfare aziendale come «strumento per premiare il sacrificio



Da industria  
manifatturiera di servizi a...  
**impresa generativa  
della conoscenza**

dei dipendenti». Fpe ha scelto la piattaforma Welfare Hub di Intesa Sanpaolo «perché - osserva Fusco - è quella che risponde meglio alle nostre esigenze».

L'accordo di secondo livello in vigore dà al dipendente la possibilità di scegliere fra due opzioni: la prima è quella che consente di monetizzare il premio in busta paga, la seconda prevede proprio l'adesione al piano di welfare aziendale. Nessuno ha avuto dubbi.

«**TUTTI HANNO ADERITO** al piano, un successo al 100% che mi riempie d'orgoglio». Con una particolarità: il 70% dei circa 60 tra lavoratori diretti e collaboratori è costituito da donne. Oltre a pro-

**PRESIDENTE  
CHE GUARDA  
AVANTI**

In alto  
**Sara Fusco,**  
presidente  
della Fusco  
packing  
engineering  
(Fpe)

prietà e vertici (Patrizia Bernardi, direttore generale e direttore finanziario, ha avuto un ruolo chiave nello sviluppo del progetto), sono al femminile diversi ruoli chiave in Fpe. E allora accordi di *home working*, *part time* e flessibilità caratterizzano la gestione del personale. Assieme al welfare aziendale.

A ogni dipendente è concessa la possibilità di connettersi alla piattaforma digitale Welfare Hub di Intesa Sanpaolo, sempre attiva, e utilizzare la propria quota *benefit* per richiedere beni e servizi, scegliendo tra le aree di maggiore interesse: casa e famiglia, salute e benessere, risparmio e tempo libero, viaggi e mobilità (buoni benzina, buoni spesa o acquisto), buo-

ni pasto, sport, rimborso delle spese sostenute per l'istruzione, i familiari e la salute. «Fpe - chiude la presidente - ha sempre messo al centro la persona, fin dalla sua fondazione. Per il progetto di welfare aziendale abbiamo anche organizzato un help desk interno dedicato all'utilizzo della piattaforma per mostrarne i vantaggi e le diverse opportunità».

**GRAZIE AI PRINCIPI** che ne ispirano l'attività, nel 2017, Fpe ha partecipato al concorso nazionale Woman Value Capital, promosso da Intesa e Fondazione Bellisario. Sara Fusco è stata premiata fra le finaliste proprio grazie alle politiche di supporto della parità di genere e alla visione legata al miglioramento e all'evoluzione sociale.

## Jointly Il nuovo benefit: orientamento scolastico per i figli

MILANO

**L'AZIENDA AIUTA** tuo figlio ad affrontare una delle maggiori fonti di ansia della famiglia: la scelta del percorso formativo. Non solo sconti per asili nido, palestre o buoni per la spesa, il welfare aziendale è anche questo.

Jointly, startup nata a Milano nel 2014 dall'esperienza di Francesca Rizzi e Anna Zattoni, supporta le imprese nel comprendere, orientare e rispondere ai bisogni di welfare che nascono in un'epoca di profondi cambiamenti sociali e demografici. Il progetto «Push To Open» ne è un esempio. Nasce per aiutare i ragazzi ad orientarsi nel mondo della scuola e del lavoro, grazie a un programma dove aziende, professionisti e istituzioni spiegano e raccontano che cos'è il lavoro e come scegliere il percorso in base alle prospettive occupazionali.

Il programma di orientamento ha coinvolto 4.500 ragazzi negli ultimi 3 anni: secondo il primo Report sull'impatto sociale dell'iniziativa, l'82% dei giovani ha

dichiarato che il percorso ha avuto un impatto sulla sua scelta. «Il progetto è partito tre anni fa, quando abbiamo riscontrato che la scelta del percorso che il figlio avrebbe dovuto intraprendere alla fine della scuola superiore diventava una fonte di ansia per il lavoratore e per la sua famiglia - racconta Francesca Rizzi, amministratore delegato di Jointly -. Ora abbiamo ampliato le possibilità, e offriamo servizi di orientamento anche per i ragazzi alla fine delle scuole medie e dopo l'università».

**SI TRATTA DI «SCELTE** che possono avere ripercussioni concrete sia dal punto di vista emotivo sia pratico sul ragazzo e sul nucleo familiare - ribadisce Rizzi -. Dal Report è emerso che le aziende hanno avuto un doppio ritorno positivo: il 60% dei genitori ha aumentato la fiducia nei confronti della propria azienda e la percezione del valore economico attribuito (520 euro) è pari a due volte il valore economico investito (255 euro) e a quattro volte il prezzo medio pagato». Il concetto che sta alla base di «Push To

Open» e più in generale dell'attività di Jointly (circa 40 aziende clienti e oltre 300 partner per 600 servizi di welfare aziendale) è quello del *people caring*: il welfare non viene percepito solo come corrispettivo offerto da un'azienda ma anche come risposta ai bisogni reali di un lavoratore puntando sugli aspetti più problematici della vita sociale.

«**NON VEDIAMO** il welfare aziendale solo come una piattaforma in cui il lavoratore può scegliere il servizio che piace di più, ma facciamo un lavoro di ascolto per capire quali sono le sue esigenze - aggiunge Rizzi -. Il nostro welfare aziendale non è come una piattaforma di *e-commerce*, ma viene realizzato attraverso progetti che connettono le realtà sociali presenti sul territorio anche con le aziende più piccole». Con la stessa filosofia Jointly offre ai lavoratori di colossi e di Pmi servizi per prendersi cura dei bambini quando i genitori sono a lavoro o per i caregiver, le persone che assistono un familiare non autosufficiente.

**Cosimo Firenzani**



**ENTUSIASTA**  
Francesca Rizzi, ad di Jointly