



**VII Rapporto
Censis-Eudaimon**

**Il welfare aziendale
e la sfida dei nuovi
valori del lavoro**

Sintesi dei risultati

Roma, 21 febbraio 2024

Indice

1. NUOVI VALORI, NUOVE SOLUZIONI.....	3
2. MENO TEMPO AL LAVORO, PIÙ TEMPO PER SÉ STESSI.....	4
3. I NUMERI IN PILLOLE.....	6
3.1. Più occupati, più lavoro stabile, più donne	6
3.2. Disparità di genere permangono.....	6
3.3. La difficilissima conciliazione tra lavoro e figli.....	7
3.4. Nessuna fuga dal lavoro in corso	7
3.5. Lavorare meno è una priorità.....	7
3.6. Recuperare tempo per sé stessi.....	8
3.7. Le cause strutturali di più lungo periodo della disaffezione al lavoro	8
3.8. Stati d'animo differenti	9
3.8.1. Aziende attente ai lavoratori in situazioni difficili codificate	9
3.8.2. Minore attenzione alla promozione del benessere di tutti i lavoratori	9
3.8.3. Il desiderio di essere ascoltati e riconosciuti.....	9
3.9. Il welfare aziendale non più oggetto misterioso	9
3.10. Apprezzamento.....	10
3.11. Welfare aziendale desiderato	10
3.12. La voce delle aziende.....	11
3.12.1. Difficoltà di reclutamento	11
3.12.2. Attese sul futuro	11
3.12.3. Reazioni in atto	11
3.12.4. Sul welfare aziendale.....	11
TABELLE.....	12



1. NUOVI VALORI, NUOVE SOLUZIONI

Il presente Rapporto si inserisce in una fase storica del mercato del lavoro italiano segnata da un paradosso inedito: il record di occupati, un trend di creazione di lavori più stabili e una maggiore presenza di donne nel mondo del lavoro convivono con una diffusa disaffezione al lavoro e un rapporto soggettivo con esso sempre più friabile.

È in tale contesto che si inserisce la riflessione sul welfare aziendale, che in questi anni ha visto decollare diffusione e apprezzamento, insieme ad una certa fibrillazione normativa e, più ancora, all'obbligo di adattarsi alle mutevoli esigenze sociopolitiche, come l'integrazione delle retribuzioni, il sostegno a determinate spese delle famiglie o, ancora, le politiche di impulso alla natalità.

Il welfare aziendale è chiamato a misurarsi con la nuova realtà del mercato del lavoro e con i suoi effetti nelle aziende. Trattenere e attrarre lavoratori diventa sempre più una priorità per le aziende, così come è una priorità per i lavoratori poter gestire tempi di lavoro flessibili e più contenuti. Sono sfide sulle quali i protagonisti del welfare aziendale sono già in movimento, che però richiedono un salto di qualità culturale prima ancora che operativo.

Il presente Rapporto indica come presupposto per una nuova fase di sviluppo del welfare aziendale in linea con le sfide del momento, un recupero di autonomia ed una riscoperta della propria identità specifica, uscendo dal ruolo fuorviante e sminuente di strumento efficace per perseguire altrui finalità sociopolitiche.

Supporto personalizzato ai lavoratori e accesso semplificato ai servizi grazie ad app sono già due soluzioni molto concrete da promuovere e potenziare, che annunciano una fase nuova del welfare aziendale che non potrà essere solo riparativa e rivolta a categorie specifiche di lavoratori più vulnerabili o in difficoltà.

Il contesto descritto, infatti, rende urgente il passaggio ad un welfare aziendale che contribuisca al benessere di tutti i lavoratori, con un approccio attivo fatto di servizi che li aiutino a risolvere le criticità che rendono le vite concitate, difficili e pesanti, consentendogli in parallelo di liberare il tanto apprezzato tempo di vita.



2. MENO TEMPO AL LAVORO, PIÙ TEMPO PER SÉ STESSI

Migliora di molto il mercato del lavoro italiano, con record di occupati, crescita del lavoro più stabile e, sia pure con minore intensità, maggiore presenza di donne.

Restano però criticità rilevanti, come la scarsità di lavoratori più giovani e il decollo dei più anziani e le disparità di genere, impresse nella diversità dei tassi di occupazione di padri e madri. Avere figli in Italia è ancora incredibilmente una scelta penalizzante, e per le donne troppo spesso significa l'obbligo di uscire dal lavoro per colmare le carenze nei servizi di *care*.

Questo stato del mercato del lavoro incrocia una crescente e diffusa ridefinizione del rapporto soggettivo con esso e della sua collocazione nella scala dei valori individuali e della società.

È con questo scenario che le aziende devono confrontarsi: sempre meno lavoratori, a causa della scarsità di giovani, sempre meno interessati a *darci dentro*. L'amplificata attenzione delle persone per il proprio benessere soggettivo non passa in via prioritaria da carriere scintillanti nel lavoro, laddove possibili, ma dalla capacità di recuperare tempo per sé stessi, la famiglia, le cose che appassionano. Una caccia al tempo per sé che ha portato, ad esempio, tanti lavoratori a rinunciare a lavori con condizioni migliori di quello attuale perché la sede era troppo distante da casa. In tale contesto, sono inevitabili mutamenti radicali nella gestione delle risorse umane e nelle priorità di investimento delle aziende.

Il welfare aziendale è oggi una straordinaria risorsa, ormai conosciuta e molto apprezzata dai lavoratori, che però potrebbe essere molto di più dello strumento flessibile che in questa fase la politica di volta in volta adatta alle proprie finalità del momento.

Per questo il welfare aziendale deve recuperare autonomia, e una strada praticabile è quella di affiancare agli apprezzati benefit a integrazione dei redditi altri servizi accessibili a tutti i lavoratori, modulandoli però sulle esigenze specifiche di ciascuno.

Non più solo benefit e servizi per categorie particolarmente vulnerabili (ad esempio, per soli lavoratori con figli o con familiari non autosufficienti ecc.), ma servizi di promozione del benessere a cui tutti i lavoratori possono essere potenzialmente interessati.



È l'*upgrading* culturale, già avviato, che porta il welfare aziendale oltre la logica puramente riparativa per diventare welfare di promozione di una più alta qualità della vita. Ed è uno sviluppo che consentirà al welfare aziendale di essere molto utile per le aziende, alle prese con la inedita competizione per trattenere o attrarre lavoratori, oltre che capace di ampliare la platea di lavoratori che lo apprezzano.



3. I NUMERI IN PILLOLE

3.1. Più occupati, più lavoro stabile, più donne

Gli occupati in Italia al 2022 sono 23,1 milioni: il dato più alto di sempre.

Le donne sono il 42,2% ed erano il 41,7% nel 2012 (**tab. 1**). Il tasso di occupazione è passato tra 2012 e 2022 dal 56,1% al 60,1%. Il gap nel tasso di occupazione tra uomini e donne si è ridotto di 0,6 punti percentuali. Ridotta la presenza dei 15-34enni (-6,5%) e dei 35-49enni (-14,7%), decollata quella dei 50-64enni (+40,7%) e degli over 64enni (+66,2%).

Cresce il lavoro stabile poiché nel confronto tra il III trimestre del 2019 e quello del 2023 si registrano +595 mila dipendenti, con +738 mila permanenti e -143 mila a termine. Sono diminuiti di 207 mila unità gli indipendenti. In sintesi: +5% di permanenti e -4,5% di dipendenti a termine.

3.2. Disparità di genere permangono

Si registra una notevole diversità nel tasso di occupazione in relazione al genere e alla presenza di figli a carico. Il tasso di occupazione dei maschi con figli è pari all'89,3%, quella dei maschi senza figli al 76,7% (**tab. 2**). Per le donne senza figli è pari al 66,3% e per quelle con figli al 58,6%. Il divario tra il tasso di occupazione delle donne con figli e quello degli uomini con figli in termini di punti percentuali è pari in Italia a -30,7, in Germania a -17,4, in Francia a -14,4, in Spagna a -19 e in Grecia a -29.

L'arrivo dei figli rilancia il modello tradizionale di famiglia con relativa antica divisione per genere dei compiti. In ogni caso, il tasso di occupazione femminile resta basso: per le donne con figli in Italia è pari al 58,6%, lontano dal 75,4% della Germania, dal 76,7% della Francia e inferiore anche ai valori di Grecia (62,6%) e Spagna (70,4%). Per le donne senza figli, in Italia è pari al 66,3%, di contro all'86,7% in Germania, all'81,8% in Francia, al 75,6% in Spagna e al 67,6% in Grecia.



3.3. La difficilissima conciliazione tra lavoro e figli

Le dimissioni e risoluzioni consensuali di lavoratori genitori erano 39.738 nel 2017 e sono salite a oltre 61 mila nel 2022.

Nel 2022 le madri sono state 44,7 mila e i padri 16,7 mila. Il 41,7% delle madri, di contro al 2,8% dei padri, si sono dimesse per difficoltà a conciliare il lavoro con la cura dei figli a causa della carenza dei servizi di cura. Il 21,9% delle madri e il 4,3% dei padri si sono dimessi sempre per difficoltà nel conciliare lavoro e cura dei figli, ma per ragioni legate all'azienda in cui lavorano.

3.4. Nessuna fuga dal lavoro in corso

Le dimissioni dal lavoro registrano -5,8% nel quarto trimestre 2022 e -3,4%, -2,9% e -1,8% nei primi tre trimestri del 2023 (**tab. 3**). L'onda alta delle dimissioni con +33,6% tra 2020 e 2021 e +14% tra 2021 e 2022 sta rapidamente scendendo. Dati Inps segnalano che su 2,1 milioni di cessazioni di lavoro dipendente privato (esclusi gli operai agricoli e i lavoratori domestici) per dimissioni, 1,2 milioni erano relativi a rapporti di lavoro a tempo indeterminato (+26% rispetto al 2019). Ma il tasso di ricollocazione a tre mesi dei dimessi volontari con meno di 60 anni è stato pari al 67%, più alto rispetto agli anni precedenti. È in atto una corsa da un lavoro all'altro, piuttosto che una fuga dal lavoro.

3.5. Lavorare meno è una priorità

Il 67,7% degli occupati in futuro vorrebbe ridurre il tempo dedicato all'attività lavorativa (**tab. 4**): lo vorrebbe fare il 65,5% dei giovani, il 66,9 degli adulti e il 69,6% degli over 50enni. E il 68,4% dei dirigenti, il 71,2% degli impiegati, il 68,4% degli operai.

Già oggi il 30,5% degli occupati (il 34,7% tra i giovani) dichiara di impegnarsi nel lavoro lo stretto necessario, rifiutando gli straordinari, non accettando chiamate o mail fuori dall'orario di lavoro ed eseguendo solo quel che gli compete per mansione (**tab. 5**).



3.6. Recuperare tempo per sé stessi

A quasi il 28% degli occupati è capitato di rinunciare a un lavoro migliore rispetto a quello attuale perché la sede era troppo distante dalla propria abitazione (**tab. 6**). È capitato al 26,5% di occupati al Nord-Ovest, al 29,2% al Nord-Est, al 24,2% al Centro e al 31% al Sud-Isole. E anche al 29,8% dei 18-34enni, al 30,6% dei 35-49enni e al 24,1% degli over 50enni.

L'87,3% degli occupati sostiene che fare del lavoro il centro della propria vita è un errore. E per il 52,1% il suo lavoro già attualmente influenza meno la vita privata rispetto al passato, nel senso che ci sono altre attività e valori più importanti (**tab. 7**). È così per 54,2% dei giovani, per il 50,1% degli adulti e per il 52,6% dei lavoratori più anziani.

Il tempo di non lavoro, per sé stessi vale molto di più rispetto al passato poiché il 72,7% è disposto a destinare un'ora in più al lavoro solo in cambio di molti più soldi rispetto all'ordinario e al recente passato.

3.7. Le cause strutturali di più lungo periodo della disaffezione al lavoro

La minore presa del lavoro sulle persone ha radici profonde poiché per il 62% degli occupati la propria retribuzione da lavoro non consente di realizzare le proprie ambizioni.

C'è anche una frustrazione latente trasversale ai lavoratori poiché il 43,3% ritiene di svolgere un lavoro inadeguato al titolo di studio e/o alle competenze.

Inoltre, il 29,7% dei lavoratori ritiene di rischiare il licenziamento poiché il proprio lavoro in futuro potrà essere svolto dalle nuove tecnologie, con lo spauracchio Intelligenza Artificiale in testa.

Retribuzioni inadeguate, mansioni starate rispetto a titoli di studio e/o competenze e minaccia di perdere il lavoro a causa delle nuove tecnologie: ecco le radici materiali e psicologiche della ridotta attrattività dell'investimento sul lavoro.



3.8. Stati d'animo differenti

3.8.1. Aziende attente ai lavoratori in situazioni difficili codificate

Reputano adeguata l'attenzione aziendale il 61,5% degli occupati in relazione alle esigenze di chi ha figli, il 71% a quelle delle donne che rientrano dalla maternità, il 62,9% alle esigenze delle persone con una salute fragile (**fig. 1**). Il 52,3% valuta positivamente l'attenzione aziendale alle condizioni basiche dei lavoratori, a cominciare dalla sicurezza, ma le donne esprimono un giudizio un po' meno positivo.

3.8.2. Minore attenzione alla promozione del benessere di tutti i lavoratori

Per il 61,7% degli occupati l'azienda non è attenta al benessere psicofisico dei propri lavoratori. Spicca la spaccatura tra da un lato i dirigenti con il 60,8% di giudizi positivi sull'attenzione aziendale al benessere psicofisico e dall'altro gli impiegati con solo il 37,7% di giudizi positivi e gli operai con addirittura appena il 31,6% di giudizi positivi (**tab. 8**).

È una spaccatura in azienda che riflette quella sulle retribuzioni con l'81,4% di dirigenti per i quali la retribuzione gli consente di realizzare le proprie ambizioni, di contro al 37,3% tra gli impiegati e al 24,2% tra gli operai.

3.8.3. Il desiderio di essere ascoltati e riconosciuti

Nelle distanze che si vanno pericolosamente ampliando nelle aziende, c'è un desiderio condiviso trasversalmente dai lavoratori: per l'89,2% dei lavoratori, quota che resta alta in modo trasversale a collocazione professionale, genere, età e titolo di studio, è essenziale in questa fase sentirsi ascoltati, presi in considerazione, riconosciuti.

3.9. Il welfare aziendale non più oggetto misterioso

L'81,8% degli occupati sa cos'è il welfare aziendale: il 32,7% in modo preciso, il 49,1% per grandi linee e invece è il 18,2% a non sapere cosa sia. Lo conoscono l'89,2% dei dirigenti, l'88,1% degli impiegati e il 62,7% degli operai.



I lavoratori che conoscono il welfare erano il 60,2% nel 2018 e sono l'81,8% nel 2024 (**fig. 2**). Quelli che lo conoscono bene erano il 19,6% e sono diventati il 32,7% e quelli che lo conoscono a grandi linee erano il 40,6% e sono il 49,1%.

3.10. Apprezzamento

L'84,2% degli occupati dichiara che nella propria azienda sarebbe importante introdurre o potenziare il welfare aziendale (**tab. 9**). Condivide tale idea il 70,7% dei dirigenti, l'86,1% degli impiegati e l'83,3% degli operai.

Tra i lavoratori che beneficiano di welfare aziendale l'84,3% lo vorrebbe potenziato, tra coloro che non ne beneficiano l'83,8% lo vorrebbe introdotto nella propria azienda. Il 79,5% degli occupati apprezzerrebbe un aumento retributivo sotto forma di una o più prestazioni di welfare. Lo apprezzerrebbero l'83,8% delle lavoratrici e il 76% dei lavoratori. E anche il 94,2% dei dirigenti, il 74,8% degli operai e il 78,2% degli impiegati.

3.11. Welfare aziendale desiderato

L'89,2% degli occupati vorrebbe la personalizzazione del welfare aziendale, con offerte modulate sulle singole esigenze di ciascuno, convinti che in tale forma avrebbe anche impatti positivi sull'engagement (**fig. 3**). Il 72,4% apprezzerrebbe un consulente di welfare che li supportasse nell'affrontare eventuali problemi con la sanità, la previdenza, la scuola dei figli ecc. Lo vorrebbe il 79,9% dei dirigenti, il 72,6% degli impiegati e il 68,8% degli operai.

Il 79,3% vorrebbe che i servizi di welfare aziendale fossero accessibili e gestibili tramite app su smartphone perché ne faciliterebbe l'utilizzo. Ne sono convinti il 90,6% dei dirigenti, il 78,8% degli impiegati e il 76,5% degli operai. Lo reputano importante il 79,5% degli uomini ed il 79,1% delle donne.

3.12. La voce delle aziende

3.12.1. Difficoltà di reclutamento

Da un panel di 62 aziende coinvolte in un'indagine emerge che il 59% ha avuto difficoltà nel reclutare nuovi lavoratori, il 50% un aumento delle dimissioni volontarie e il 71% un'attenzione accresciuta dei lavoratori alla durata dell'orario (**tav. 1**).

3.12.2. Attese sul futuro

Guardando al futuro, il 95% delle aziende ritiene che occorrerà adattarsi al più alto valore attribuito dai lavoratori al tempo libero; una quota analoga alla più dura competizione sul mercato del lavoro per attrarre o trattenere lavoratori; il 71% ad affrontare un elevato turnover in entrata e in uscita.

3.12.3. Reazioni in atto

L'82% delle aziende ha attivato strategie *ad hoc* per trattenere i lavoratori e il 66% per attrarli. Le iniziative più importanti avviate sono per il 67% l'attivazione di dispositivi di welfare aziendale, per il 55% una nuova flessibilità negli orari di lavoro, per il 33% migliori condizioni retributive e per il 28% l'erogazione di nuovi benefit.

3.12.4. Sul welfare aziendale

Il 95% delle aziende esprime un giudizio positivo sull'evoluzione del welfare aziendale verso un approccio individuale: in specifico, il 50% pensa sia una dimensione importante che però richiede un salto di qualità culturale e il 45% lo considera un processo in atto destinato a consolidarsi nel futuro.

Per un welfare migliore, più modulato sulle esigenze reali dei lavoratori il 37% delle aziende ritiene essenziale attivare forme di ascolto appropriate e il 31% il monitoraggio e la misurazione dei risultati di un piano di welfare in termini di utilizzi ed esiti.

TABELLE



Tab. 1 - Occupati per genere, 2012-2022 (v.a. in migliaia e val. %)

	2012		2022	
	V.a. in migliaia	Val. %	V.a. in migliaia	Val. %
Uomini	13.005	58,3	13.350	57,8
Donne	9.299	41,7	9.749	42,2
Totale	22.304	100,0	23.099	100,0

Fonte: elaborazione Censis su dati Istat

Tab. 2 - Tasso di occupazione 25-49 anni per presenza di figli e genere, 2022 (val. %)

	Italia	Germania	Francia	Spagna	Grecia
Donne con figli	58,6	75,4	76,7	70,4	62,6
Donne senza figli	66,3	86,7	81,8	75,6	67,6
Uomini senza figli	76,7	86,9	81,3	77,9	78,4
Uomini con figli	89,3	92,8	91,1	89,4	91,7
Differenza percentuale donne con figli-uomini con figli	-30,7	-17,4	-14,4	-19,0	-29,1

Fonte: elaborazione Censis su dati Eurostat

Tab. 3 - Cessazioni di rapporti di lavoro per dimissione del lavoratore e attivazioni a tempo indeterminato, 2019-2023 (v.a. e var. %)

	Cessazioni	di cui: dimissioni	Attivazioni	di cui: a tempo indeterminato
<i>v.a. in migliaia</i>				
2020	9.352	1.445	9.644	1.633
2021	10.628	1.931	11.353	1.692
2022	12.166	2.202	12.620	1.897
<i>var. % annua</i>				
2020-2021	13,6	33,6	17,7	3,6
2021-2022	14,5	14,0	11,2	12,1
<i>var. % trimestrale tendenziale</i>				
I trim 2022	40,9	47,6	31,1	33,5
II trim 2022	21,4	20,0	17,6	20,7
III trim 2022	7,1	7,1	0,9	4,5
IV trim 2022	3,5	-5,8	0,0	-6,5
I trim 2023	0,3	-3,4	3,1	-1,7
II trim 2023	-2,4	-2,9	-1,4	-7,2
III trim 2023	-1,8	-1,8	0,6	-2,7

Fonte: elaborazione Censis su dati Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Sistema Informativo Statistico delle Comunicazioni Obbligatorie

Tab. 4 – Lavoratori che in futuro vorrebbero ridurre il tempo dedicato al lavoro, per età (val. %)

<i>In futuro vorrei ridurre il tempo dedicato all'attività lavorativa</i>	18-34 anni	35-49 anni	50 anni e oltre	Totale
D'accordo	65,5	66,9	69,6	67,7
Non d'accordo	34,5	33,1	30,4	32,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 5 – Lavoratori che dichiarano di impegnarsi nel proprio lavoro solo lo stretto necessario rifiutando straordinari, non rispondendo a chiamate, mail ecc nelle ore non lavorative, limitandosi a svolgere le mansioni definite, per età (val. %)

	%
18-34 anni	34,7
35-49 anni	32,3
50 anni e oltre	26,5
Totale	30,5

Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 6 – Lavoratori che hanno rinunciato ad un lavoro migliore di quello attuale perché troppo distante dalla propria abitazione, per area geografica (val. %)

<i>Le è capitato di rinunciare ad un lavoro migliore di quello attuale perché troppo distante dalla sua abitazione?</i>	Nord-Ovest	Nord-Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Si	26,5	29,2	24,2	31,0	27,8
No	73,5	70,8	75,8	69,0	72,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

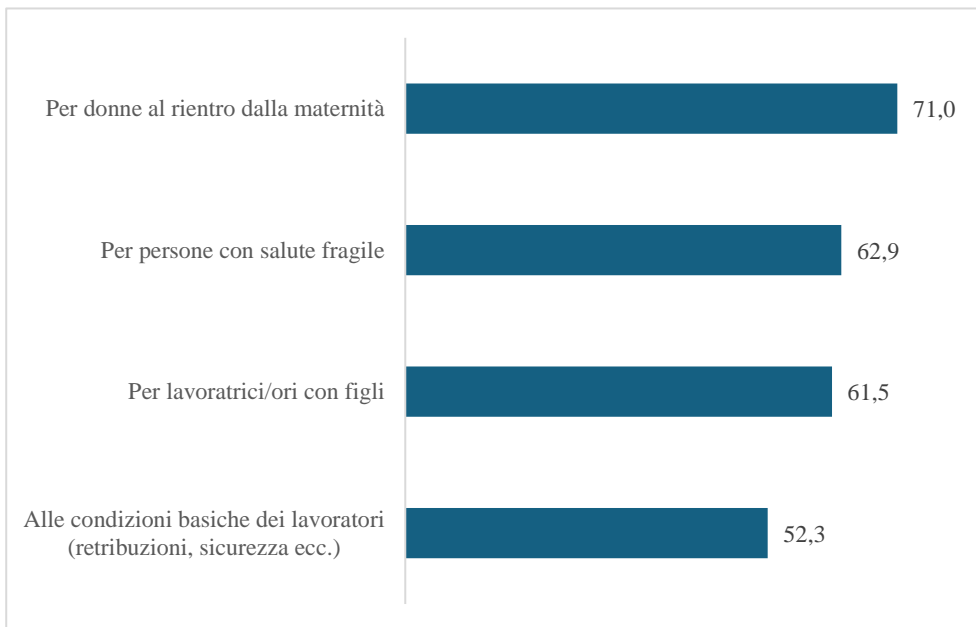
Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 7 – Lavoratori per i quali il lavoro influenza meno la propria vita privata rispetto al passato, per età (val. %)

<i>Il mio lavoro oggi influenza meno la mia vita privata rispetto al passato</i>	18-34 anni	35-49 anni	50 anni e oltre	Totale
Si	54,2	50,1	52,6	52,1
No	45,8	49,9	47,4	47,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2024

Fig. 1 - Lavoratori dipendenti per i quali la propria azienda ha attenzione per alcune categorie di lavoratori particolarmente vulnerabili (val.%)



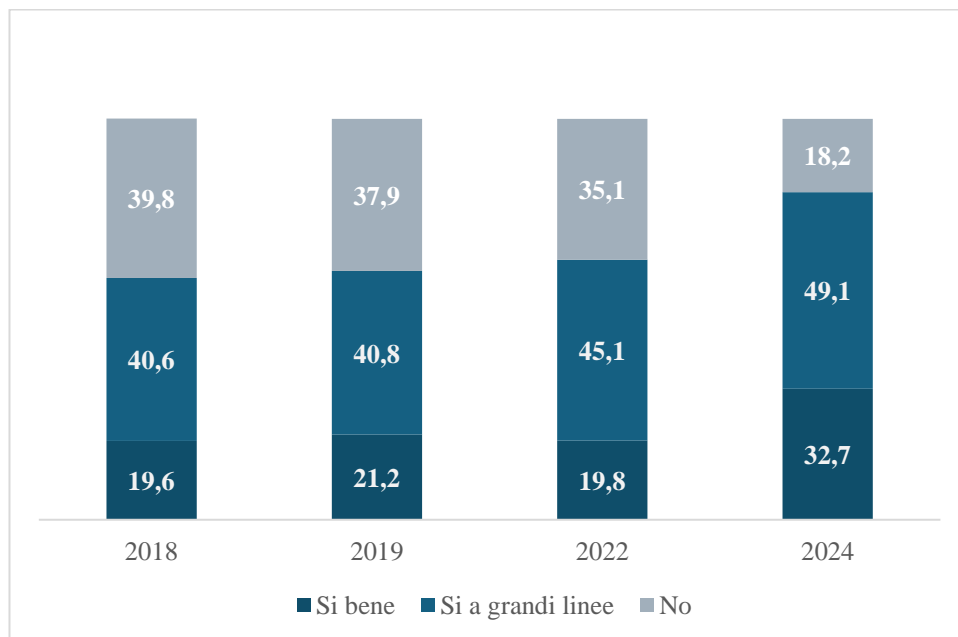
Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 8 - Opinioni dei lavoratori sull'attenzione dell'azienda al loro benessere psicofisico, per professione (val. %)

<i>L'azienda per cui lavora è attenta al benessere psicofisico dei lavoratori</i>	Dirigenti	Impiegati	Operai	Totale
Sì	60,8	37,7	31,6	38,3
No	39,2	62,3	68,4	61,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2024

Fig. 2 - Conoscenza del welfare da parte dei lavoratori dipendenti: confronto 2018-2024 (val. %)



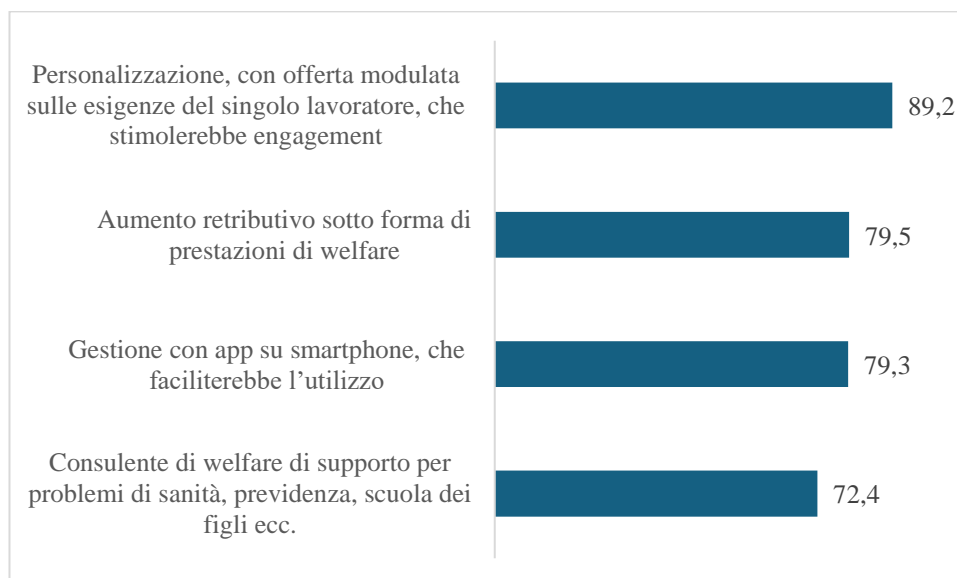
Fonte: indagine Censis, 2024

Tab. 9 – Lavoratori dipendenti che ritengono importante l'introduzione o il potenziamento del welfare aziendale nella propria azienda (val.%)

<i>Nella sua azienda sarebbe importante introdurre o potenziare il welfare aziendale</i>	Presente il welfare aziendale nella propria azienda		Totale
	Sì	No	
Sì	84,3	83,8	84,2
No	15,7	16,2	15,8
Totale	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2024

Fig. 3 - Lavoratori dipendenti che apprezzerebbero i seguenti aspetti del welfare aziendale (val.%)



Fonte: indagine Censis, 2024

Tav. 1 - Il punto di vista di un panel di aziende

	%
Difficoltà riscontrate dalle aziende	
Una maggiore difficoltà nel reclutare nuovi lavoratori	59,0
Un aumento del numero di dimissioni volontarie	50,0
Una maggiore attenzione da parte dei lavoratori ai temi relativi alla durata dell'orario di lavoro	71,0
Sfide che secondo le aziende dovranno affrontare nel prossimo futuro	
Una più dura competizione nel mercato del lavoro per trattenere o attrarre lavoratori	95,0
Un elevato turnover dei lavoratori in entrata e in uscita	71,0
Adattarsi alla propensione dei lavoratori a dare più valore al tempo libero	95,0
Obiettivi per cui le aziende prevedono obiettivi <i>ad hoc</i>	
Trattenere lavoratori	82,0
Attrarre lavoratori	66,0
Strategie che hanno adottato le aziende per attrarre o trattenere i lavoratori	
Reso più incentivanti le retribuzioni	33,0
Flessibilità negli orari di lavoro	55,0
Erogato nuovi benefit	28,0
Attivazione di dispositivi di welfare aziendale	67,0
Cosa pensano le aziende sul futuro del welfare aziendale	
Valuta positivamente l'approccio individuale e su misura del welfare aziendale	95,0
- <i>Ma richiede uno sforzo culturale</i>	50,0
- <i>È un processo in atto destinato a consolidarsi nel futuro</i>	45,0
L'ascolto continuo dei lavoratori per intercettare le nuove esigenze è un elemento importante per far evolvere e sviluppare l'offerta di welfare aziendale	37,0
Il monitoraggio e la misurazione dei risultati del piano di welfare in termini di utilizzo e benefici è un elemento importante per far evolvere e sviluppare l'offerta di welfare aziendale	31,0

Fonte: indagine Censis, 2024

