



MUM AT WORK

28 gennaio 2017



## Welfare aziendale, una rivoluzione che ignora le mamme

Offrire servizi al dipendente rende più semplice la conciliazione vita-lavoro, aumenta produttività e potere d'acquisto delle persone. Ma in Italia le misure per la maternità ancora non hanno preso piede. Il punto.



FRANCESCA GUINAND

 Twitter

**È** una società composta al 70% da donne e ha raggiunto i 650 milioni di fatturato. Si chiama Welfare Company e si occupa di welfare aziendale e pubblico. È la prima realtà italiana - nata da "Qui! Group" - che propone strumenti innovativi a supporto di dipendenti, degli utenti e delle famiglie. Gregorio Fogliani, presidente di "Qui! Group", spiega: «Anche grazie al nuovo regime fiscale introdotto con la Legge di Stabilità, in Italia stiamo assistendo a una straordinaria crescita del settore del welfare. Sempre più aziende hanno preso coscienza del fatto che offrire servizi al dipendente è un'ottima opportunità su tutti i fronti: rende più semplice la conciliazione vita-lavoro delle persone, migliora il clima in ufficio, incrementa la presenza femminile e la produttività, oltre ad aumentare il potere d'acquisto dei lavoratori con ricadute positive su tutta l'economia e sul benessere personale. Usufruendo dei benefit più diffusi, il dipendente "guadagna" un importo pari a uno stipendio in più».

**IL LAVORATORE SI FIDELIZZA.** Già, le aziende si stanno rendendo sempre più conto che se sono loro per prime flessibili nei confronti dei propri dipendenti, se offrono servizi di welfare

come i buoni pasto - il primo esempio a essere stato utilizzato nel nostro Paese -, contributi per le scuole dei figli, per la formazione, cure sanitarie o strumenti per realizzare smart working, il lavoratore rende di più, si fidelizza, tenderà a dare il massimo e a non cercare un altro impiego.

“  
Noto che sia nelle piccole  
sia nelle grandi imprese  
l’attenzione verso le  
lavoratrici donne e madri  
viene dopo ”

---

CHIARA FOGLIANI, WELFARE COMPANY

Chiara Fogliani, consigliere d’amministrazione di Welfare Company, dice a *Lettera43.it*: «Sia le piccole sia le grandi imprese hanno le stesse necessità, cioè sostenere con il welfare i bisogni del dipendente. Ma noto che l’attenzione verso le lavoratrici donne e madri viene dopo, servizi di welfare aziendale destinati specificatamente alla maternità ancora non hanno preso piede».

**I GENITORI HANNO *SOFT SKILL*.** Le lavoratrici madri, insomma, sono anche in questo caso quelle più penalizzate. Se le imprese si rendono conto che trattenere e valorizzare il talento dei propri dipendenti è importante, ancora faticano a capire che perdere una professionista che è diventata mamma lo è altrettanto, se non di più. Una madre, come un padre, sviluppa in pochi mesi quelle *soft skill* sempre più ricercate da aziende e multinazionali, che spesso pagano corsi di formazione per far acquisire queste competenze ai lavoratori. Ma non servono corsi: basta “esercitare” la genitorialità per acquisirle.

**DUE ANNI PER COLMARE IL GAP.** Secondo Fogliani «il welfare aziendale è un mondo nuovo e io credo che nel giro di due anni il gap dei servizi offerti alle madri e ai padri rispetto a tutti gli altri dipendenti verrà colmato. Credo nel mondo femminile e in quello delle pari opportunità e sono sicura che il valore delle donne verrà compreso prestissimo anche all’interno delle aziende».