

Welfare Aziendale e Millennials

I dati della ricerca 2018 dell'Osservatorio Generazione Z, Millennials, lavoro e **welfare aziendale**, promosso da Edenred e Orienta

Millennials prediligono il lavoro intellettuale a quello manuale, vorrebbero fare un'esperienza professionale all'estero e considerano più *cool* lavorare in una start up, piuttosto che in una grande azienda. Non solo: sono convinti che il vero punto di forza, in azienda, siano le competenze e la formazione e danno più valore alle possibilità di crescita e carriera che alla retribuzione. Continuano a sognare il posto fisso e desiderano lavorare in realtà che abbiano una politica di **welfare aziendale** in grado di aiutarli a formare una famiglia. E' questa la fotografia delle aspettative lavorative e di **welfare** dei Millennials che emerge dalla recente indagine 2018 dell'**Osservatorio Generazione Z, Millennials, lavoro e welfare aziendale** promossa da **Edenred e Orienta** su un campione di oltre 5mila ragazzi. Si tratta della generazione digitale caratterizzata da elevati livelli di scolarizzazione, con significative competenze digitali, disponibilità alla mobilità, spiccato senso di autonomia e un'idea del lavoro informale, meritocratica e poco gerarchizzata. Molte aziende hanno cambiato modello di organizzazione del lavoro, del business e, in alcuni casi, la loro stessa cultura aziendale per affrontare le nuove sfide del mercato. Questi cambiamenti hanno un comune denominatore: la creazione di un ambiente di lavoro che favorisca benessere e produttività. Il **welfare aziendale** riveste, in questo senso, un ruolo sempre più determinante e, come dimostrato dalla ricerca, le nuove generazioni ne sono pienamente consapevoli

Giovani e welfare aziendale. Molto interessante e poco indagato, sino ad oggi, il valore che i giovani attribuiscono al **welfare aziendale**. Per 83,52% l'azienda ideale deve avere piani di **welfare** specifici per i giovani dipendenti. Alla domanda: "E' importante un'azienda che preveda servizi di **welfare** che facilitano la realizzazione di una famiglia per i giovani, quali; pagamento baby sitter, rimborso asilo nido, servizi di informazione medica sulla gravidanza, permessi aggiuntivi per la paternità e maternità, bonus spesa specifici, convenzioni con negozi per l'infanzia, e così via?" **Il 95% del campione ha risposto che è molto importante.** Questa convinzione è confermata anche dai dati emersi da altre ricerche sui giovani (quella dell'Istituto Toniolo, per esempio) che evidenziano come l'insicurezza e le difficoltà economiche siano l'impedimento principale rispetto alla creazione di una famiglia.

L'identikit dell'azienda ideale. Il **welfare aziendale** è considerato dai Millennials una delle caratteristiche principali che un'azienda ideale dovrebbe possedere. Gli aspetti legati ai benefit, **welfare** e organizzazione del lavoro sono considerati, infatti, molto importanti. Per il 32,39% degli intervistati l'azienda ideale è



Luca Palermo,
AD Edenred Italia

quella che prevede una serie di benefit, oltre la retribuzione monetaria, come: computer, cellulare, buoni spesa, corsi di formazione, convenzioni con negozi e palestre, assicurazione sanitaria, viaggi, e così via. Con la stessa percentuale, il 32,16%, figurano coloro che hanno indicato una preferenza per l'azienda che offre la possibilità di gestire in autonomia l'orario e il luogo di lavoro. Per contro hanno scarsa rilevanza gli ambienti di lavoro (al contrario di quello che si poteva pensare) che permettono un libero accesso ai social durante l'orario di lavoro, indicato dall'1,01%,

che sono informali e con spazi di svago (1%) e che siano poco gerarchizzate, indicate dal 9,94% del campione.

Molte aziende si sono attivate per affrontare al meglio questa sfida. È necessario creare un ambiente lavorativo che sia accogliente e conforme alle aspettative e alle caratteristiche delle nuove generazioni. In questo contesto è fondamentale il tema del **welfare**, del work-life balance e la necessità di trovare una dimensione di benessere dentro e fuori l'azienda.

A cura di Luca Palermo, AD Edenred Italia