Rapporto Welfare Index Pmi 2026: il 76,5% delle aziende ha raggiunto il livello medio

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Ã? stato presentato ieri a Roma il Rapporto Welfare Index Pmi 2026 giunto al suo decimo anno. La fotografia sullo stato del welfare nelle piccole e medie imprese italiane si basa su un modello di analisi organizzato in dieci aree: 1) Previdenza e protezione, 2) Salute e assistenza, 3) Conciliazione vita-lavoro, 4) Sostegno economico ai lavoratori, 5) Sviluppo del capitale umano, 6) Sostegno per educazione e cultura, 7) Diritti, diversitÃ , inclusione, 8) Condizioni lavorative e sicurezza, 9) ResponsabilitÃ sociale verso consumatori e fornitori, 10) Welfare di comunitÃ . Oggi il welfare aziendale ha raggiunto la fase della maturitÃ : le Pmi sono consapevoli del proprio ruolo sociale e pronte a generare impatto. Il 76,5% delle aziende italiane di piccole e medie dimensioni ha superato il livello medio di welfare aziendale. Triplicato, inoltre, il numero di Pmi con livello molto alto e alto, passando dal 10,3% del 2016 al 33,9% del 2026. Infine, si riduce progressivamente il peso delle aziende che limitano il welfare al solo adempimento contrattuale, con solo il 18,2% delle Pmi.

Lâ??analisi mette insieme i dati che rappresentano il comportamento di welfare delle aziende: lâ??estensione delle iniziative adottate, lâ??entitÃ della spesa, le fonti istitutive (contratti collettivi, integrativi, iniziativa autonoma aziendale), le modalitÃ di gestione e di coinvolgimento dei lavoratori, gli obiettivi sociali dichiarati. Lâ??esito di questo esame Ã¨ il raggruppamento delle aziende in quattro profili, qui di seguito descritti: Welfare strategico: appartengono a questo gruppo il 19% delle imprese caratterizzate da un welfare evoluto, ai piÃ¹ alti livelli di iniziativa e capacitÃ gestionale, e che considerano centrali gli obiettivi di soddisfazione dei lavoratori e di reputazione (vs. 8,5% rispetto al 2016); Welfare premiante: comprende il 31,1% delle imprese, che gestisce il welfare aziendale come componente del sistema retributivo e premiante, e lo considerano di grande importanza per il conseguimento dei risultati aziendali (vs. 23,9% del 2016); Welfare in evoluzione: Ã¨ il profilo piÃ¹ numeroso, costituito dal 31,7% delle imprese, in maggioranza al livello medio di sviluppo del welfare aziendale, che non ha un orientamento ancora definito, a metÃ strada tra un approccio teso a valorizzare il ruolo sociale dellâ??azienda ed uno piÃ¹ focalizzato sulle politiche retributive e le relazioni industriali (vs 24,9% del 2016); Welfare di conformitÃ : il 18,2% del totale, che muove i primi passi nel welfare aziendale, perlopiÃ¹ attuando le disposizioni dei contratti collettivi (vs. 42,7% del 2016).

Nel corso dei dieci anni di Welfare Index Pmi Ã¨ possibile distinguere tre fasi di welfare aziendale. Una prima fase espansiva (2016-2019), caratterizzata da una rapida diffusione delle iniziative e da un progressivo ampliamento delle prestazioni offerte dalle imprese. Una seconda fase di consapevolezza (2020-2024), segnata dal contesto Covid-19, in cui il welfare ha assunto un ruolo piÃ¹ strategico e sociale, rafforzando il supporto a lavoratori e famiglie e contribuendo alla resilienza del sistema produttivo. Oggi si Ã¨ aperta una terza fase di maturitÃ , in cui la crescita quantitativa rallenta ma evolve la qualitÃ : il welfare si integra sempre piÃ¹ nelle strategie dâ??impresa, migliora nelle capacitÃ gestionali e aumenta il proprio impatto ed efficacia nel creare valore a beneficio delle imprese stesse, delle famiglie e del sistema Paese. â??Il Rapporto Welfare Index Pmi 2026 dice che le aziende con un welfare piÃ¹ evoluto registrano tassi di crescita superiori a quelli delle imprese che investono meno nel benessere dei propri lavoratori. Le imprese piÃ¹ forti, dunque, sono quelle che mettono al centro la persona. Oggi i giovani, ad esempio, non scelgono unâ??impresa soltanto in base alla retribuzione. â?? ha dichiarato Maria Elisabetta Casellati, ministro per le Riforme Istituzionali e la Semplificazione Normativa â?? Guardano alla qualitÃ del lavoro, alle opportunitÃ di crescita, allâ??equilibrio tra vita e lavoro, ai servizi e ai benefit offerti. In sintesi: guardano al progetto di vita legato a un posto di lavoro. Per attrarre e trattenere i talenti non bastano piÃ¹ gli stipendi. Servono imprese che investano sulla persona prima ancora che sul lavoratore. Imprese capaci di guardare ai bisogni e alle aspirazioni dei propri dipendenti, non soltanto alla loro produttivitÃ . Il welfare, dunque, fa bene ai lavoratori, ma fa bene anche alle imprese. Quando una piccola impresa investe nel welfare, non migliora soltanto la qualitÃ della vita dei propri dipendenti. Rafforza il tessuto sociale della comunitÃ in cui opera. E quando lâ??impatto sociale di unâ??azienda supera i confini dello stabilimento, sostenendo le comunitÃ locali, promuovendo formazione e salute, valorizzando il capitale umano e i giovani talenti, quellâ??impresa contribuisce a un obiettivo ancora piÃ¹ grande: creare occupazione, aiutare la coesione sociale e rendere attrattivi anche i territori piÃ¹ periferici, contrastandone lo spopolamentoâ?•.

default watermark

Giancarlo Fancel Country Manager & Ceo Generali Italia, ha affermato che â??il Rapporto Welfare Index Pmi 2026 conferma come il welfare aziendale sia oggi parte integrante delle strategie dâ??impresa e una leva concreta di crescita, capace di generare valore per i dipendenti, le loro famiglie e i territori. In questi dieci anni abbiamo accompagnato un percorso che ha rafforzato la consapevolezza del ruolo sociale delle Pmi, sempre piÃ¹ protagoniste della coesione e dello sviluppo economico. Come Gruppo Generali sosteniamo la crescita del tessuto produttivo italiano con iniziative concrete, interpretando il nostro ruolo di Partner del Paeseâ?•. Questâ??anno hanno partecipato a Welfare Index Pmi oltre 7.000 imprese, piÃ¹ che triplicate rispetto alla prima edizione, di tutti i settori produttivi, di tutte le dimensioni e provenienti da tutta Italia. Lâ??iniziativa Ã¨ promossa da Generali Italia con il patrocinio della presidenza del Consiglio dei Ministri, del ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, del Ministero delle Imprese e del Made in Italy e con la partecipazione delle principali Confederazioni italiane: Confindustria, Confagricoltura, Confartigianato, Confprofessioni e Confcommercio.

I risultati di Welfare Index Pmi sono stati illustrati ieri Roma alla presenza di Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del Made in Italy; Maria Elisabetta Alberti Casellati, ministro per le Riforme istituzionali e la Semplificazione Normativa; Monica Lucarelli, assessora alle AttivitÃ Produttive e alle Pari OpportunitÃ di Roma Capitale; Giancarlo Fancel, Country Manager & Ceo Generali Italia; Massimo Monacelli, General Manager di Generali Italia; Fausto Bianchi, Presidente Piccola Industria e Vicepresidente,

Confindustria; Riccardo Giovani, Direttore Politiche Sindacali e del Lavoro, Confartigianato; Luca Brondelli di Brondello, vice-presidente di Confagricoltura; Marco Natali, Presidente di Confprofessioni; Eugenio Miccone, Presidente giovani imprenditori Confcommercio Roma; Barbara Lucini, Responsabile Country Sustainability & Social Responsibility di Generali Italia; Enea Dallaglio, Mbs Consulting â?? A Cerved Company.

Lâ??impatto sociale Ã¨ oggi uno degli indicatori chiave della maturitÃ del welfare aziendale: non conta piÃ¹ solo la diffusione delle iniziative, ma la loro capacitÃ di rispondere in modo concreto ai bisogni delle persone e delle comunitÃ . Nel 2026 emerge una forte crescita di consapevolezza: lâ??87,6% delle imprese riconosce la centralitÃ di salute e sicurezza e il 75,9% ritiene necessario rafforzare il proprio ruolo sociale, mentre il 66,4% si sente chiamato a contribuire allo sviluppo sostenibile di filiera e territorio. Ma il vero elemento distintivo Ã¨ nellâ??efficacia: le imprese che integrano il welfare nelle proprie strategie arrivano a livelli elevati di impatto sociale fino al 90% dei casi, grazie a modelli piÃ¹ strutturati, maggiore coinvolgimento dei lavoratori e una migliore capacitÃ di intercettare i bisogni reali. Ã? questa evoluzione â?? da insieme di misure a leva strategica â?? che consente al welfare di generare valore condiviso e risultati tangibili nel tempo. Il welfare aziendale si conferma sempre piÃ¹ una leva concreta di competitivitÃ e sviluppo per le imprese, superando la dimensione di costo per affermarsi come investimento strategico. I dati evidenziano una correlazione solida tra livelli di welfare e performance economiche: le aziende piÃ¹ evolute registrano una produttivitÃ superiore, con un fatturato per addetto che raggiunge i 396 mila euro (+20% rispetto alla media) e una redditivitÃ piÃ¹ elevata fino al +40,5%. A questo si affianca una maggiore capacitÃ di crescita e generazione di occupazione: tra il 2021 e il 2024, le imprese con livelli alti di welfare hanno visto aumentare gli addetti fino al 20,4%, il doppio rispetto alle realtÃ meno strutturate.

default watermark

La soliditÃ economico-finanziaria emerge anche nel posizionamento delle imprese: quelle con welfare piÃ¹ evoluto si collocano piÃ¹ frequentemente nei segmenti a crescita sostenuta e profittevole, mentre si riduce la presenza nei profili piÃ¹ fragili o sotto pressione. Queste realtÃ si distinguono non solo per i risultati economici, ma anche per la qualitÃ della gestione e il posizionamento competitivo: la quota di imprese a crescita sostenuta e profittevole passa infatti dal 21,3% tra quelle con welfare iniziale al 39% tra quelle con welfare molto alto, confermando lâ??esistenza di un circolo virtuoso tra benessere delle persone e performance dellâ??impresa. A questi risultati si aggiunge anche una maggiore capacitÃ di attrazione: nel 2025 il 61,5% delle Pmi ha effettuato nuove assunzioni, dato che sale al 78% tra le aziende con welfare molto alto. In un mercato del lavoro sempre piÃ¹ competitivo e selettivo, il welfare si afferma come fattore distintivo di attrattivitÃ , in particolare per i giovani: nelle imprese piÃ¹ evolute cresce la presenza di under 30 e la capacitÃ di inserirli stabilmente. Questo Ã¨ possibile anche grazie a un welfare piÃ¹ efficace e riconosciuto: oltre il 45% delle imprese rileva un elevato utilizzo e apprezzamento dei servizi. Ne deriva anche una maggiore capacitÃ di fidelizzazione, con oltre il 60% delle imprese piÃ¹ strutturate che evidenzia un miglioramento della retention, confermando il welfare come leva decisiva per attrarre e trattenere talenti.

In un contesto caratterizzato dallâ??aumento dei bisogni legati alla salute, allâ??assistenza, alla conciliazione vitaâ??lavoro, allâ??educazione e alla previdenza, il welfare aziendale contribuisce a rafforzare le reti territoriali di protezione sociale. Grazie alla loro diffusione sul territorio e alla vicinanza alle famiglie, le PMI rappresentano una vera e propria infrastruttura sociale, capace di integrare lâ??azione pubblica, favorire la collaborazione tra attori diversi e promuovere nuove forme di welfare di

comunitÃ . In un quadro segnato dal calo demografico e dal progressivo invecchiamento della popolazione, il welfare aziendale si configura sempre piÃ¹ come complemento al sistema pubblico, in particolare nei servizi di salute e assistenza. Si consolidano le soluzioni di sanitÃ integrativa (11% adotta una polizza sanitaria) e cresce il ricorso a servizi di assistenza, come i consulti medici a distanza (2,5%); ma il dato piÃ¹ significativo Ã¨ lâ??espansione delle iniziative di prevenzione, con checkâ??up (13,4%) e programmi di screening, come i controlli annuali per la prevenzione oncologica (6,9%), che segnalano un cambio di prospettiva sempre piÃ¹ orientato al lungo periodo.

Nelle realtÃ piÃ¹ avanzate il welfare converge verso una visione Esg piÃ¹ ampia: cresce la quota di aziende che si dota di figure dedicate alla sostenibilitÃ e definisce obiettivi sociali e ambientali verificabili. Le PMI piÃ¹ evolute rafforzano le relazioni con il territorio, ricorrendo a fornitori locali (61,7%), sostenendo iniziative sociali (37,3%) e costruendo reti con il terzo settore, che contribuisce allâ??erogazione di servizi sia alle persone sia alle imprese. Si consolida cosÃ¬ un modello di welfare piÃ¹ maturo, che supera i confini aziendali e genera valore diffuso per la comunitÃ . In questo scenario di evoluzione, le politiche di conciliazione vitaâ??lavoro registrano una lieve flessione, fisiologica dopo la forte espansione della fase postâ??pandemica: la flessibilitÃ oraria scende dal 41,3% al 38,6% e lo smart working dal 21,4% al 17,0%. Il dato non riguarda perÃ² le imprese piÃ¹ attente alle esigenze familiari, che continuano a registrare risultati significativamente migliori: livelli piÃ¹ elevati di soddisfazione dei lavoratori (65,0% contro il 32,3%) e maggiore produttivitÃ (62,3% contro il 27,9%), a conferma del legame tra qualitÃ del welfare e performance aziendale.

default watermark

Fausto Bianchi, presidente della Piccola Industria di Confindustria e vice presidente di Confindustria ha dichiarato che â??nelle Pmi câ??Ã¨ una forte consapevolezza che i figli dei dipendenti rappresentino il futuro del Paese. Ã? una sensibilitÃ che nasce naturalmente, perchÃ© nelle piccole imprese, che spesso sono a conduzione familiare, il rapporto tra imprenditore e collaboratori Ã¨ diretto, quotidiano: si condividono responsabilitÃ , fiducia e i momenti piÃ¹ importanti della vita delle persone. Ora questa sensibilitÃ deve trasformarsi in strategia: le imprese che integrano il welfare nella propria cultura aziendale sono piÃ¹ produttive, attraggono talenti e sono piÃ¹ pronte ad affrontare il cambiamento. Le PMI possono fare la differenza sul tema dellâ??ascensore sociale, perchÃ© mettono la persona al centro e offrono la possibilitÃ di valorizzare il talento indipendentemente dalla condizione di partenzaâ?•. E Luca Brondelli di Brondello, vicepresidente di Confagricoltura ha sottolineato che â??la sostenibilitÃ Ã¨ un fattore strategico di competitivitÃ che genera valore economico, ambientale e sociale. Tuttavia, richiede investimenti importanti che non possono ricadere solo sulle imprese, proprio perchÃ© vanno a vantaggio dellâ??intera collettivitÃ . Servono, dunque, politiche adeguate a sostegno, per far sÃ¬ che sempre piÃ¹ aziende, a tutti i livelli, vadano in questa direzione. Oggi, dopo anni di slogan, possiamo dire con orgoglio che si sta affermando una visione piÃ¹ concreta della sostenibilitÃ , fondata sui risultati, come dimostra il Welfare Index Pmi. Noi di Confagricoltura aderiamo sempre con impegno, perchÃ© valorizzare le esperienze virtuose Ã¨ il modo migliore per dimostrare che sostenibilitÃ e crescita possono e devono procedere insiemeâ?•.

Eugenio Miccone, presidente Giovani Imprenditori Roma Confcommercio ha dichiarato che â??assistenza sanitaria integrativa e attenzione alla cura e al benessere dei lavoratori sono pilastri della nostra visione di welfare aziendale, integrato e sussidiario a quello pubblico e che supporti il lavoratore. Per questo Confcommercio ha costruito un solido sistema di welfare contrattuale che, attraverso fondi sanitari e bilateralitÃ , raggiunge persino le micro imprese â?? quelle che piÃ¹ faticano

nellâ??implementazione di servizi di welfare-, con unâ??attenzione crescente alla prevenzione da una parte e alla non autosufficienza e alla cronicitÃ dellâ??altra, coscienti delle transizioni demografiche in attoâ?•.

E infine, Marco Natali, presidente di Confprofessioni ha dichiarato: â??Negli studi professionali le donne rappresentano oggi la componente prevalente del lavoro dipendente e questo rende ancora piÃ¹ evidente una realtÃ : la crescita della partecipazione femminile non coincide automaticamente con il raggiungimento della piena paritÃ . Le differenze che ancora emergono nei percorsi di carriera, nelle opportunitÃ di crescita professionale, nei livelli retributivi e nella capacitÃ di conciliare responsabilitÃ lavorative e familiari dimostrano che il tema delle pari opportunitÃ resta una prioritÃ per il mondo del lavoro. Non si tratta soltanto di garantire accesso allâ??occupazione, ma di creare condizioni che consentano a ogni persona di esprimere pienamente il proprio talento e le proprie competenze. Per questo Confprofessioni considera strategico investire in welfare, formazione, flessibilitÃ organizzativa e valorizzazione del capitale umano. La vera sfida non Ã¨ aumentare semplicemente la presenza delle donne nei luoghi di lavoro, ma costruire ambienti professionali in cui il merito, le capacitÃ e lâ??impegno possano tradursi in concrete opportunitÃ di crescita. Quando non saremo piÃ¹ costretti a parlare di pari opportunitÃ , ma semplicemente di opportunitÃ , significherÃ che avremo raggiunto il nostro obiettivoâ?•.

default watermark

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Luglio 2, 2026
Autore
redazione