

7
milioni

Gli italiani che non sono più classe media
Le famiglie che appartengono alla classe media sono il 38,5% del totale, in calo rispetto al 57,1% del 2007 (fonte Intesa Sanpaolo-Centro Einaudi). Circa 7 milioni di italiani hanno perso con la crisi l'ancoraggio economico alla middle class

SVILUPPO SOSTENIBILE

Il trend da investire

Un ombrello per la classe media

Più politiche pubbliche e misure di welfare aziendale in arrivo per sostenere la middle class impoverita

di **Francesco Prisco**
e **Serena Uccello**

Tempi duri per la classe media italiana, che fatica a lasciarsi alle spalle gli anni della crisi. L'impoverimento è un rischio concreto, ecco perché welfare aziendale e politiche attive per la famiglia tendono ad assumere un ruolo sempre più importante per la tenuta del tessuto sociale del Paese. Il guaio è che si tratta di strumenti per lungo tempo poco utilizzati che, tuttavia, potrebbero ritrovare un nuovo slancio dopo le agevolazioni previste dall'ultima legge di Stabilità. Ma andiamo con ordine.

La classe media impoverita

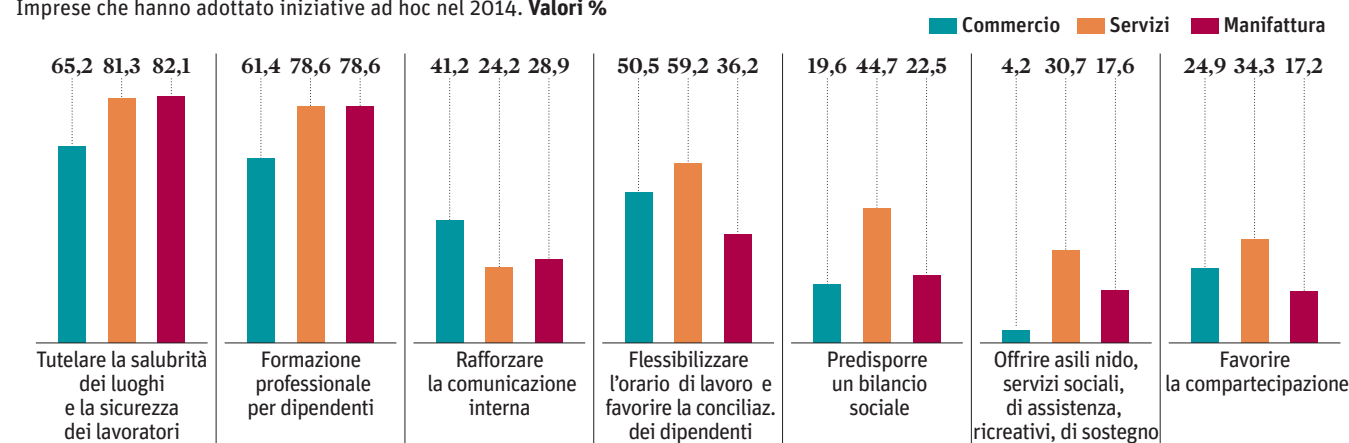
Secondo l'edizione 2015 dell'indagine sul risparmio degli italiani di Intesa Sanpaolo e Centro Einaudi, le famiglie italiane che appartengono alla classe media sono il 38,5 per cento del totale, in calo rispetto al 57,1 rilevato nel campione del 2007. Circa 7 milioni di italiani (3 milioni di famiglie) hanno insomma perso con la crisi l'ancoraggio economico alla middle class. Dal 2009 l'ascensore ha iniziato a scendere: per la prima volta nella storia dell'Italia post-bellica, una generazione di ceti medio-bassi ha fatto un passo indietro rispetto ai propri genitori. Ancorché su alcuni aspetti specifici della vita gli intervistati si ritengono in vantaggio sui genitori (accesso agli studi, viaggi, la prima casa, l'automobile), la quota del campione analizzato che reputa di vivere in condizioni materiali peggiori dei genitori è del 45 per cento. La crisi, stando allo studio, ha dato la sensazione di una svolta che ha determinato cambiamenti nei modelli di consumo: di conseguenza, le persone si sono trovate costrette a rivedere le priorità dei valori.

Le politiche attive per la famiglia

Il discorso rimanda alla necessità di specifiche politiche attive per la famiglia. Che fin qui hanno voluto dire quasi esclusivamente politiche per il bilanciamento dei tempi di vita e dei tempi di lavoro. In questa identificazione c'è una implicita affermazione: le politiche at-

Le misure di sostegno inserite nella contrattazione di secondo livello

Imprese che hanno adottato iniziative ad hoc nel 2014. Valori %



Fonte: Istat indagini sul clima di fiducia delle imprese manifatturiere e dei servizi

tive per la famiglia nell'azione legislativa non si traducono in un sostegno concreto, in termini economici e di servizio, ma nell'individuazione e nell'introduzione di strumenti che casomai possono alleggerire i tempi di lavoro per permettere così una maggiore concentrazione dei lavoratori, più spesso donne, sulla gestione della famiglia appunto. Gli ultimi interventi, infatti (dal bonus bebè al sostegno per l'asilo nido, a titolo di esempio) di fatto vanno a sostenere una fetta importante della popolazione, certamente, ma non sono esaustivi. Comunque, la batteria di strumenti predisposti è più corposa dopo l'approvazione del Jobs act, dove si prevede il potenziamento del part time e una maggiore flessibilità nell'organizzazione dell'orario di lavoro. In questo senso, un importante impulso potrà arrivare dall'approvazione del Ddl Smart working.

Il ruolo del welfare aziendale

In questo contesto, negli ultimi anni il privato ha spesso sopperito alle carenze delle risorse pubbliche. Sta sempre più crescendo infatti il welfare privato. Ovvero la possibilità per le aziende di retribuire con i servizi. Se si guarda

al passato c'è parecchio terreno da recuperare. Lo rivela anche l'ultimo Rapporto Istat, che ospita una ricerca sul tema nella quale è stato chiesto a un campione di imprese quali iniziative avessero intrapreso nel 2014. Temi quali asili nido, servizi sociali, servizi di assistenza e di sostegno hanno purtroppo catturato l'attenzione soltanto del 17,2% delle imprese manifatturiere e del 24,9% di quelle di commercio, mentre più sensibili (34,3%) si sono dimostrate quelle di servizi.

Fortuna che il vento sembra stia cambiando. Di recente, due indagini ci hanno fornito qualche cifra del fenomeno. Il Rapporto Welfare 2015 di OD&M Consulting, società specializzata di Hr consulting di Gi Group, sul versante B2B ha per esempio ascoltato la voce di un campione di 112 imprese e, su quello B2C, di più di 300 addetti appartenenti a diverse tipologie di aziende. Per scoprire che le imprese che dichiarano di aver inserito un piano welfare nella contrattazione integrativa di secondo livello risultano in crescita (38,2% del campione) rispetto al dato del 2014 (29%). Il dato è in linea con quello di un'altra ricerca realizzata da Luca Pesenti, docente di Organ-

izzazioni sociali e welfare plurale all'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, e promossa da Welfare company, provider di servizi di welfare aziendale di QUI! Group. Uno studio secondo il quale le aziende che hanno implementato da alcuni anni i piani di welfare, hanno aumentato il numero dei servizi proposti (il 52% del campione contempla oltre sei misure a disposizione dei dipendenti e delle loro famiglie).

Numeri destinati a salire dopo l'ultima legge di Stabilità. Grazie al cuneo fiscale favorevole, infatti, mille euro erogati sotto forma di servizi alla persona (sussidi per asilo nido, baby sitter o badante, borse di studio, campus estivi, check-up medici, pensione integrativa, assicurazione sanitaria, servizi di ricreazione) valgono mille euro per il dipendente (circa il 40% di potere d'acquisto in più) e costano mille euro all'azienda (al netto del recupero Ires e Irap). Un'erogazione monetaria, al contrario, costerebbe 1.400 euro all'azienda a fronte di un netto al dipendente pari a circa 600 euro. Un passo avanti che può dare un'ulteriore spinta al welfare privato.

Il privato sociale sposa il modello low profit

Si moltiplicano i servizi di welfare low cost di qualità

di **Alessia Maccaferri**

La badante di condominio, il veterinario low cost da contattare online, la casa per giovani coppie. Tra piattaforma digitali e servizi tradizionali, il privato sociale e la cooperazione si danno da fare per rispondere alla domanda crescente di servizi della classe media. «Ci muoviamo in una filiera che era stata garantita da un servizio pubblico che ora non paga più e da un privato che non è più sostenibile economicamente da parte delle famiglie», spiega Stefano Granata presidente di Cgm, che aggrega 900 imprese sociali e ha un valore della produzione di 1,5 miliardi. Cinque anni fa il consorzio ha lanciato Welfare Italia, una rete di 20 centri polispecialistici che offrono 150 mila prestazioni mediche all'anno a un prezzo medio tra i 70 e gli 80 euro. L'intento è mantenere un standard di qualità alto, prezzi accessibili, servizi personalizzati, riducendo al minimo i tempi di attesa (una settimana, in media).

In ambito medico ha fatto scuola - come modello di privato sociale - il Centro Medico Santagostino fondato a Milano nel 2009 e che oggi conta sette sedi nel capoluogo lombardo e una a Bologna. La tariffa è calmierata (60 euro a visita) per un'offerta di qualità. Non solo. Il centro copre quelle aree scoperte dal Ssn come per esempio l'odontoiatria, la psicoterapia, la logopedia. Risultato? L'anno scorso sono stati erogate 220 mila prestazioni per 63 mila pazienti trattati. Il centro è stato fondato da Luciano Balbo, che dopo una carriera nel private equity tradizionale ha deciso di investire nella venture philanthropy.

«Oltre alla sanità stiamo puntando sul housing sociale su Milano, Torino e Firenze per rispondere alle giovani coppie o famiglie straniere che hanno difficoltà ad accedere al mutuo - spiega Granata -. Sul versante lavoro abbiamo creato di recente CooperJob, un'agenzia di lavoro che si concentra sulle fasce di precarietà, sugli over 50, sulle badanti. Infine con il Consorzio Pan stiamo sperimentando un'offerta educativa 0-6 anni che però sia sostenibile sia per noi che per le famiglie».

Ha pensato, invece, agli universitari Balbo, che ha lanciato un network studentati (e ostelli) di qualità a prezzi accessibili per venire incontro alle alte spese di chi deve sostenere un ragazzo fuori sede. Per ora ha aperto a Venezia e Bologna e prossimamente a Milano.

Infine vuole proporre servizi trasversali alla persona Familydea. La piattaforma è un e-commerce che consente di acquistare ogni tipo di servizio possibile per la famiglia, dalla badante di condominio alla gestione della casa, dal catering alla fisioterapia a domicilio. I prezzi sono molto variabili, e possono rispondere a portafogli diversi. «Uno dei nostri valori aggiunti - spiega Fabio Valente, cofondatore del progetto e socio della coop- è che certifichiamo con il marchio Buy Social le cooperative, 120 a oggi. Per esempio, sulle badanti possiamo garantire l'affidabilità e la correttezza del contratto. Insomma, lavoriamo molto sul rapporto di fiducia con l'utente». Per ora Familydea è attiva in nove città che diventeranno 50, entro fine anno. «L'anno scorso abbiamo avuto 500 richieste di preventivo solo su Bolzano, nel 2016 sono state 250 in soli due mesi», aggiunge Valente. La cooperativa sta ragionando sul welfare aziendale. Già ora, con il Buono Welfare day, le imprese forniscono ai dipendenti la possibilità di usufruire dei servizi direttamente dal portale della rete Familydea.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SVILUPPO SOSTENIBILE

RAPPORTI 24 / IMPRESA

RAPPORTI 24 / IMPRESA
a cura di Laura La Posta (caporedattore)
Marco Mancini (caposervizio)

RAPPORTI 24 / SVILUPPO SOSTENIBILE
consulenti editoriali: Alessia Maccaferri,
Valentina Melis

REDAZIONE GRAFICA
Cristiana Acquati, Jolanda Maggiora Vergano
Clara Mennella



18 veicoli

78 giorni

48.000 Km

33,3%
di veicoli
sostituibili
da EVs

-9,1%
riduzione di
emissioni di CO₂

Deloitte Italia

eMobility per una flotta più "green"

Avere una flotta eco-friendly è un'esigenza sempre più pressante per un numero crescente di aziende. In quest'ottica, Deloitte - nota società di consulenza - ha deciso di coinvolgere Alphabet in un progetto con un obiettivo preciso: integrare veicoli elettrici (EVs) all'interno della propria flotta aziendale al fine di ridurre il proprio "carbon footprint".

E Alphabet ha prontamente accettato la sfida, partendo da un'approfondita Analisi del Potenziale di Elettificazione (EPA) su un campione selezionato della flotta Deloitte, che comprende più di 800 vetture. In un paio di mesi, i Logger GPS installati a bordo delle auto hanno registrato un totale di 48.000 Km percorsi, fornendo dati preziosi su modalità di utilizzo ed esigenze dei driver Deloitte.

I risultati dell'EPA

Più del 30% delle vetture analizzate può essere sostituito con Veicoli Elettrici, con una significativa riduzione delle emissioni di CO₂, ed un'infrastruttura di 7 stazioni di ricarica, distribuite in altrettanti punti strategici. Sebbene non rientrasse negli obiettivi primari dell'iniziativa, il progetto ha evidenziato anche un impatto decisamente positivo sul Total Cost of Mobility.

Partendo dalle evidenze dell'EPA, Alphabet ha studiato un efficace mix di veicoli elettrici e vetture AlphaCity, il sistema di CarSharing per le aziende, raccogliendo immediati consensi: "Le auto elettriche sono oggi parte integrante della nostra quotidianità, molto apprezzate sia dai giovani manager che dai miei soci Executive" conferma Marco Martina, Strategy & Operations Partner di Deloitte.

Per maggiori informazioni: www.alphabet.com/italphaelectric

Seguici su:

Alphabet