



Organizzazione

«Le relazioni del personale? Devono cambiare ruolo»

Non solo detassazione ma anche innovazione. Il decreto ministeriale sui premi di risultato e la partecipazione agli utili di impresa fonda i presupposti su un sistema di trasparenza e di condivisione dei risultati.

La questione non è da poco e impatta direttamente sulla cultura e sugli stili aziendali. «Si tratta di un fatto concettuale importante — sottolinea Isabella Covili Faggioli, presidente di Aidp, l'Associazione italiana per la direzione del personale — che aiuterà le aziende nel miglioramento dei processi e nello sviluppo di un sistema premiante equo. Per fornire i dati in modo chiaro è infatti necessario predisporre un sistema di obiettivi da raggiungere, una programmazione del lavoro da svolgere e strumenti per controllarne i risultati».

Covili Faggioli lancia anche uno spunto di riflessione. «In un'ottica di doppio beneficio, per l'efficacia aziendale e per la godibilità del dipendente, sarebbe auspicabile estendere la minore tassazione a tutti i premi erogati senza limiti riferiti all'entità del bonus e allo stipendio del beneficiario. Caso in cui bisognerebbe valutare eventuali ricadute di carattere pensionistico superabili versando un importo aggiuntivo nelle casse integrative pensionistiche».

Buona l'accoglienza da parte dell'associazione dei direttori del personale anche

sull'altro aspetto di novità del decreto, la possibilità di commutare il premio in beni e servizi, che ritengono interessante non solo perché aumenta di fatto il valore economico del premio ma anche perché permette di studiare misure per migliorare il benessere dei dipendenti e di sviluppare in loro un maggior senso di appartenenza verso l'azienda.

Confezionare un pacchetto di servizi e prodotti in linea con le esigenze dei propri dipendenti (dai classici asili ni-



do alle assicurazioni sanitarie, dalle spese scolastiche per i figli ai bonus formazione per l'aggiornamento professionale, dalla consulenza per l'acquisto della casa alle agevolazioni sul mutuo) può infatti diventare uno degli elementi distintivi della politica di employer branding.

Le aziende che ne hanno colto la portata hanno già istituito una funzione ad hoc che si occupa proprio di Welfare aziendale e che è destinata a diventare sempre più strategica.

L. AD.