



I MACROTREND DEL WELFARE AZIENDALE

EMANUELE ACCONCIAMESSA

Chief Operating Officer – Focus Management S.P.A.

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:





Il contesto di riferimento: le origini del welfare aziendale



Evoluzione del concetto di welfare e ambiti di applicazione



Macro-trend: traiettorie di trasformazione del welfare



Il valore strategico del welfare in azienda



Bisogni emergenti: cosa si aspettano collaboratore e titolari



Linguaggio e cultura organizzativa: il peso delle parole



Soluzioni pratiche e leve per una corretta implementazione

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:





Il contesto di riferimento: le origini del welfare aziendale

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:



In quale contesto nasce il welfare?

Evoluzione storica del welfare tra Stato, impresa e nuovi bisogni sociali

Fine '800 - Metà '900



Il welfare nasce come risposta ai **bisogni sociali** del dopoguerra (case popolari, sanità pubblica, previdenza). Nasce il **welfare state** (es. Germania con Bismarck, Regno Unito nel secondo dopoguerra).

Paternalismo industriale:
Olivetti introduce servizi sociali per le dipendenti (asili, biblioteche, case).



Anni '50-'60

Anni '90-2000



Transizione:
dallo Stato all'azienda come attore sociale, complice la riduzione della spesa pubblica.

Risposta ai **nuovi bisogni** individuali e familiari (work-life balance, salute mentale, sostegno alla genitorialità).



Dal 2010 in poi

2020 - presente



Anno della pandemia COVID-19:
momento di forte discontinuità e accelerazione significativa per lo sviluppo del welfare aziendale.

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

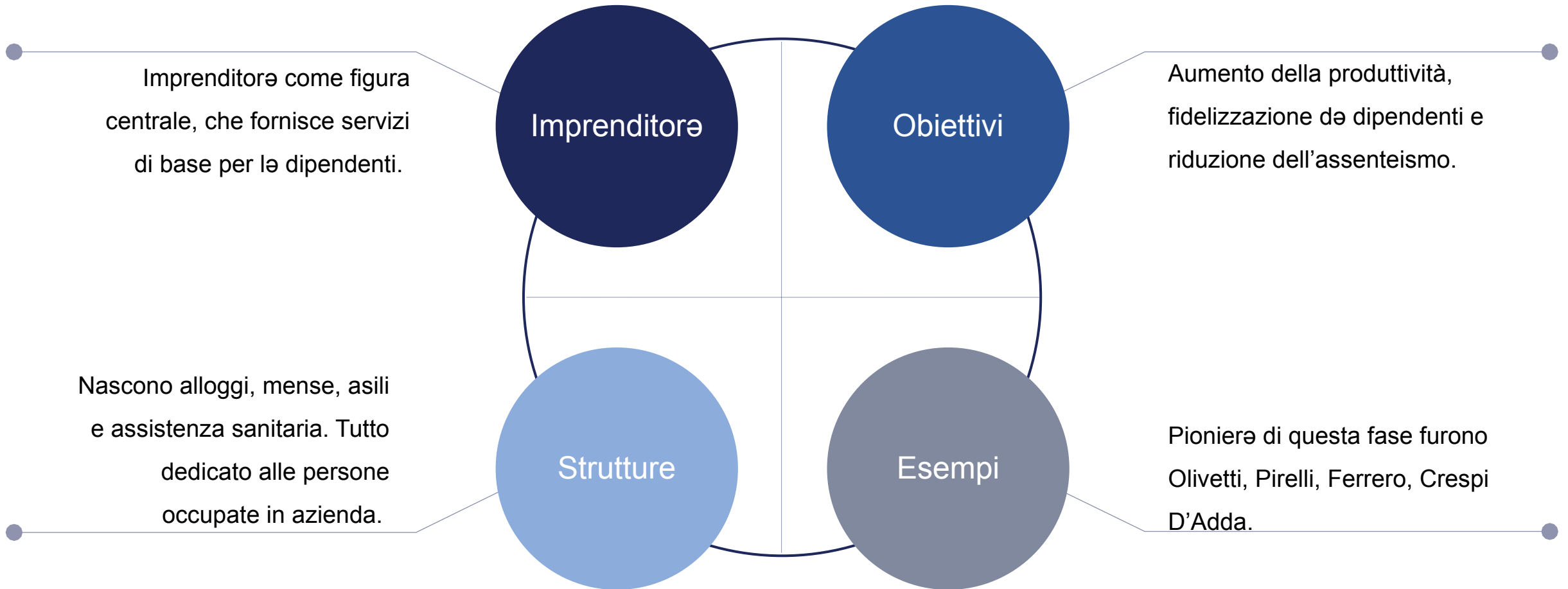


Con il contributo non condizionante di:



Un tuffo nell'Italia di fine '800-inizio '900

Il welfare «paternalista»



Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Evoluzione del concetto di welfare e ambiti di applicazione

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:



Dal welfare tradizionale al benessere integrato

Il welfare aziendale si declina in diverse aree

Oggi si è passati a un modello welfare che punta a un benessere globale della persona, in tutte le sue dimensioni.

SALUTE

Assicurazioni sanitarie, check-up preventivi, supporto psicologico.

FAMIGLIA

Contributi per spese scolastiche, servizi per l'infanzia, supporto alla genitorialità.

TEMPO

Orari flessibili, ferie aggiuntive, permessi retribuiti.

EDUCAZIONE

Formazione continua, corsi ECM, e-learning personalizzato.

SOSTENIBILITÀ

Mobilità green, buoni per spese etiche, progetti socialmente responsabili.

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

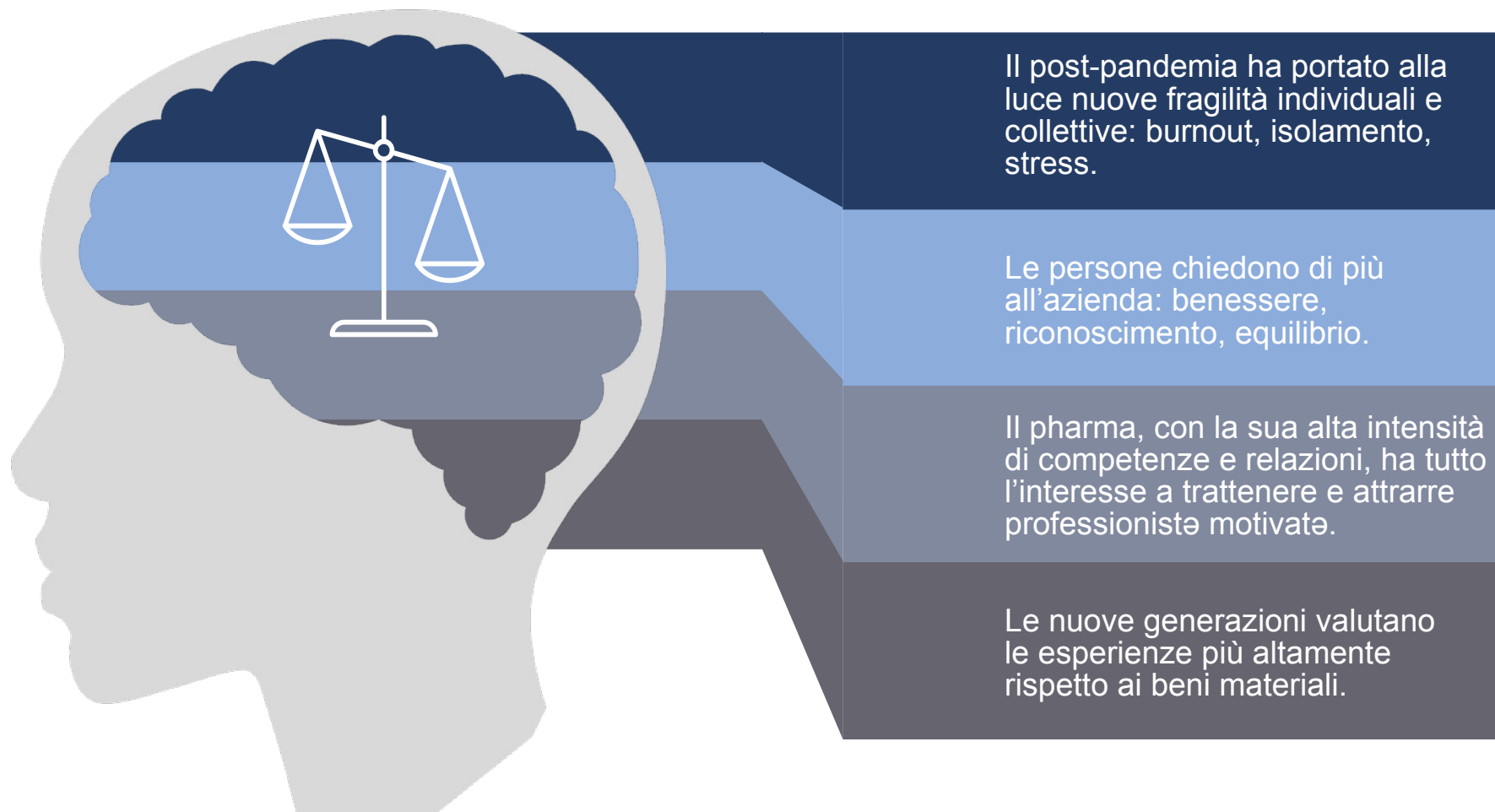


Con il contributo non condizionante di:



Dal benefit alla leva strategica

Perché il welfare oggi fa la differenza?



Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Il welfare oggi

Fidelizzare il team al tempo della flessibilizzazione del lavoro

FRINGE BENEFIT

Mensa aziendale

Buoni Pasto

Buoni regalo

Auto aziendale

Dispositivi elettronici

FLEXIBLE BENEFIT

Piani pensionistici integrativi

Corsi di formazione

Possibilità lavoro da remoto

Possibilità orari flessibili

Congedo retribuito per
neogenitori

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

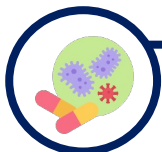


Con il contributo
non condizionante di:



E le farmacie?

Ci sono ampi margini di miglioramento



L'ampia maggioranza dei collaboratori (79% secondo Pharmaretail) desidererebbe l'introduzione di piani di welfare aziendale.



Nelle piccole realtà, tipicamente comprendenti 1-5 dipendenti, l'implementazione di welfare è rara. Gli strumenti utilizzati in modo più trasversale sono voucher e buoni pasto.



Tendenzialmente esiste una correlazione positiva fra dimensione della farmacia (o del gruppo di farmacie) e strumenti di welfare offerti al team.



Particolare attenzione è posta dal team sulla sanità integrativa.



Nelle realtà di dimensioni più importanti si possono trovare esempi di welfare «generativo»: abbonamenti a palestre, bonus supporto psicologico etc.

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

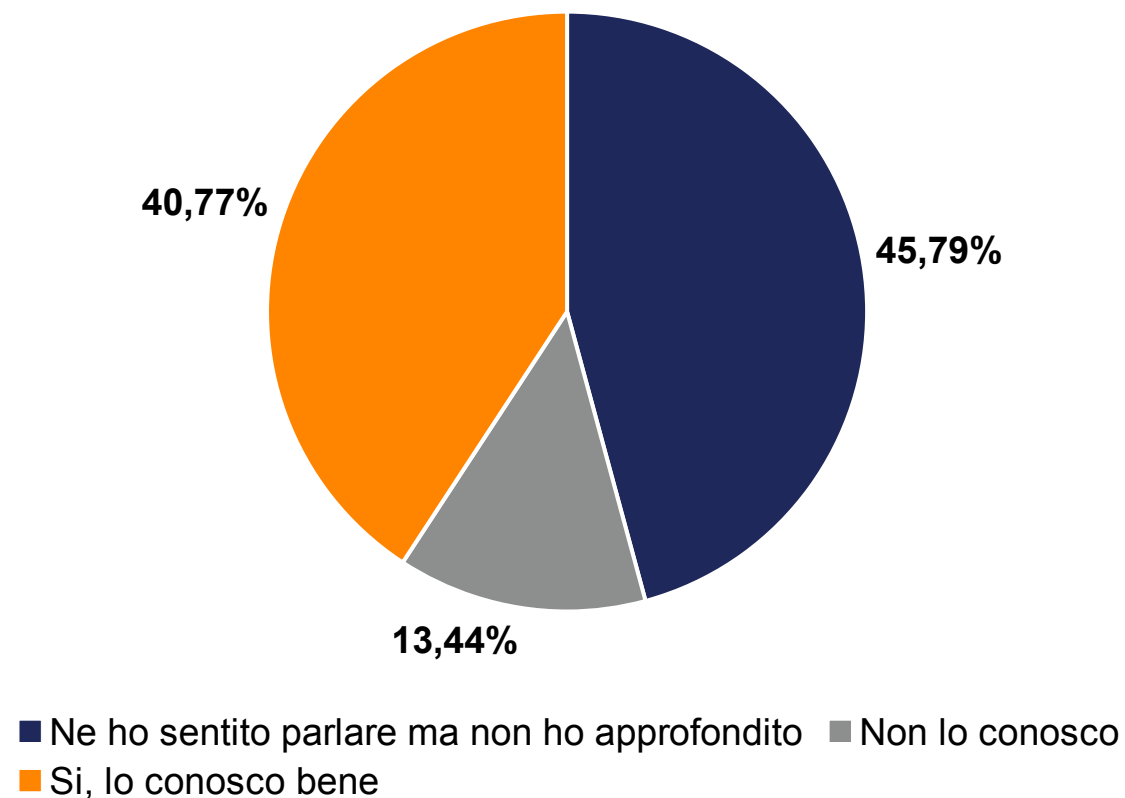


Con il contributo
non condizionante di:



L'attuale percezione del welfare nelle farmacie

Una conoscenza ancora superficiale, ma in crescita



Hai mai sentito parlare di welfare aziendale applicato alle farmacie?

N: 441

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



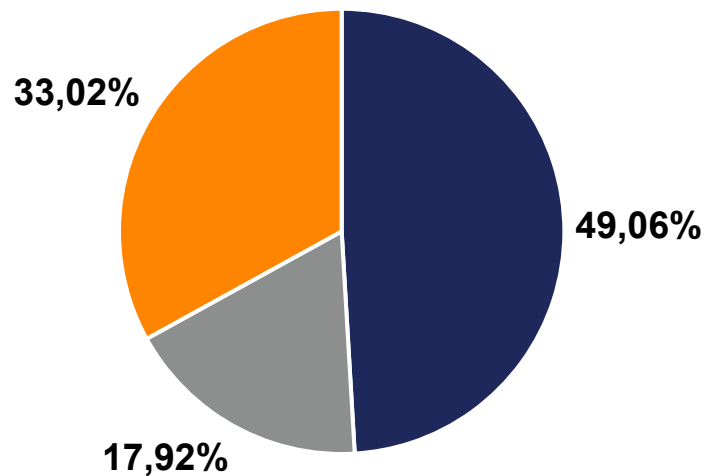
Con il contributo non condizionante di:



Differenze di conoscenza del welfare tra titolari e collaboratore

Collaboratore più informato, titolari da coinvolgere

Titolari



- Ne ho sentito parlare ma non ho approfondito
- Non lo conosco
- Si, lo conosco bene

Hai mai sentito parlare di welfare aziendale applicato alle farmacie?

N: 203

Un progetto di:



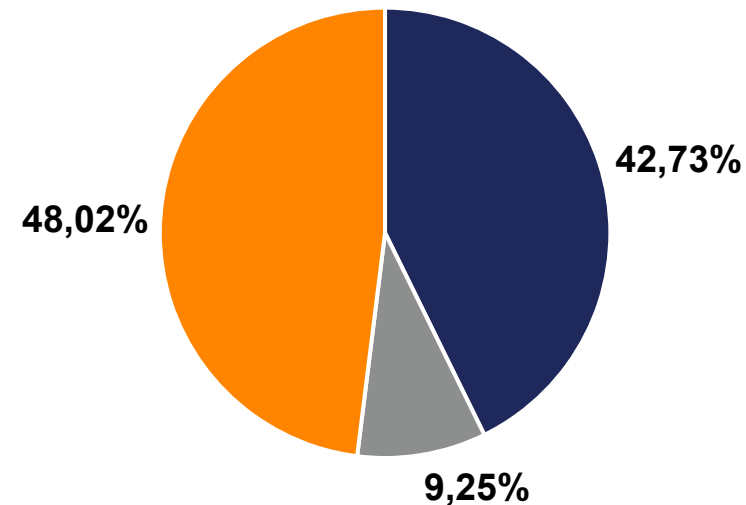
Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Collaboratore



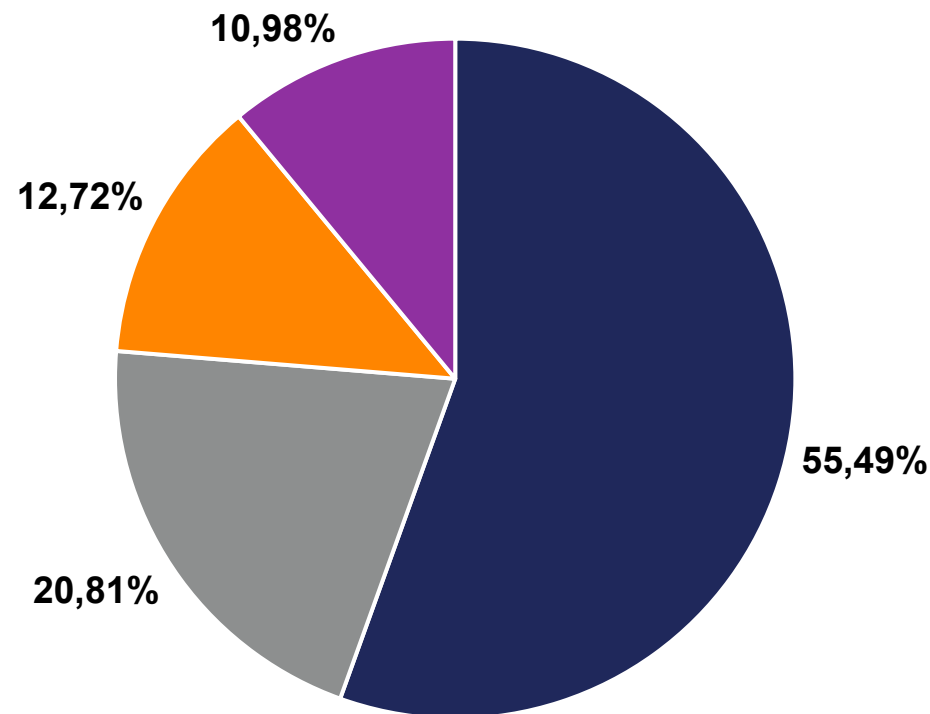
- Ne ho sentito parlare ma non ho approfondito
- Non lo conosco
- Si, lo conosco bene

Hai mai sentito parlare di welfare aziendale applicato alle farmacie?

N: 238

Welfare presente, ma poco comunicato al team

Il 12,7% dichiara di non ricevere informazioni: prevalgono canali informali o poco strutturati



■ Comunicazione personale ■ Comunicazioni scritte (es. email, bacheca) ■ Non vengono comunicate ■ Riunioni periodiche

Come vengono comunicate le iniziative di welfare?

N: 441

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



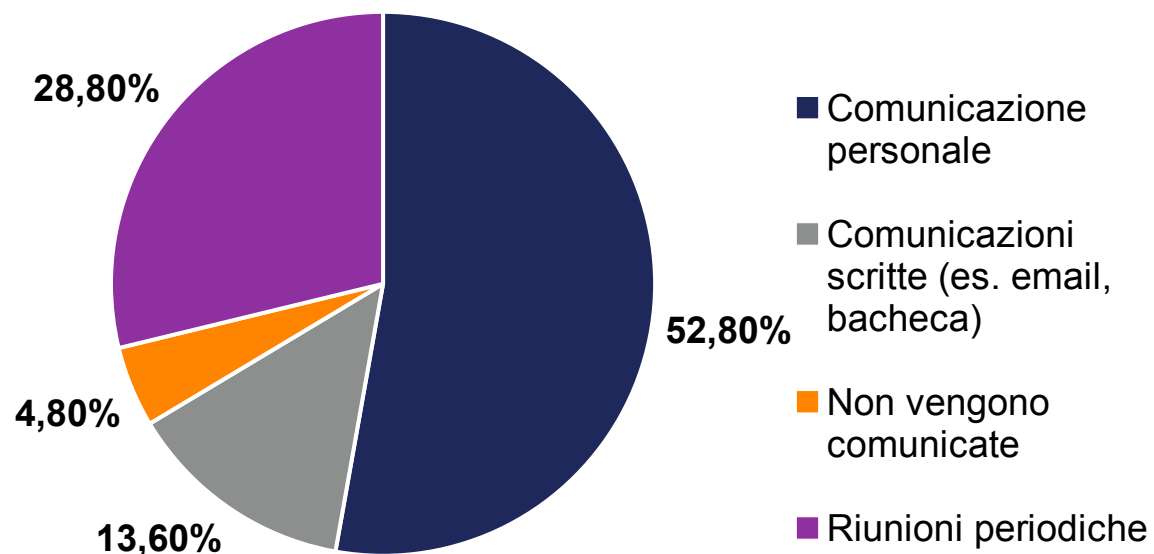
Con il contributo non condizionante di:



Comunicazione interna sul welfare: pratiche e criticità

Titolari più orientate al dialogo diretto, collaboratore segnalano più scritti e mancanza di comunicazione

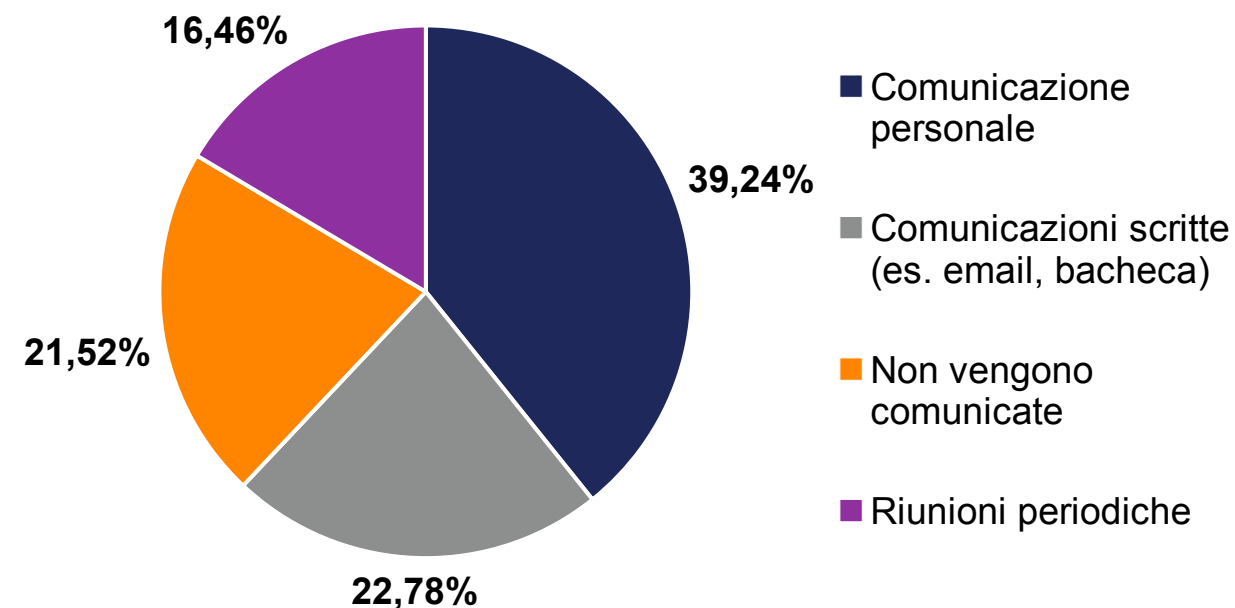
Titolari



Come vengono comunicate le iniziative di welfare?

N: 203

Collaboratore



Come vengono comunicate le iniziative di welfare?

N: 238

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Macro-trend: traiettorie di trasformazione del welfare

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



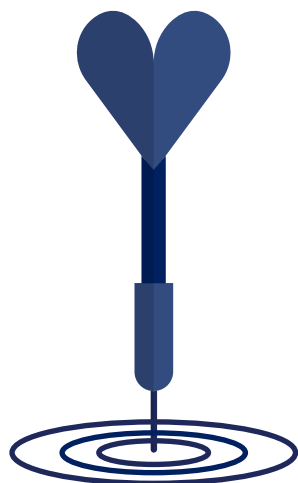
Con il contributo
non condizionante di:



Le nuove direttrici del welfare aziendale

Innovazione, flessibilità e centralità della persona:

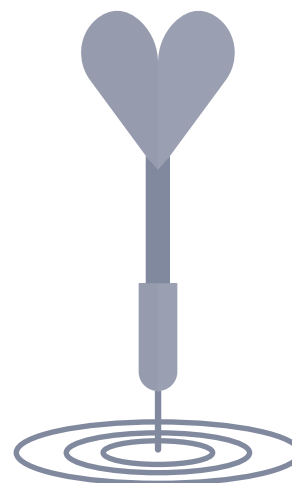
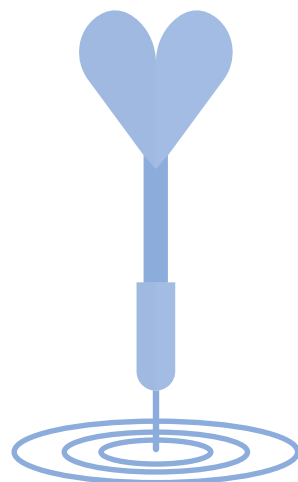
le nuove frontiere del benessere organizzativo



Digitalizzazione:

gestione tramite app e
dashboard

Personalizzazione:
soluzioni per fasce
d'età e bisogni

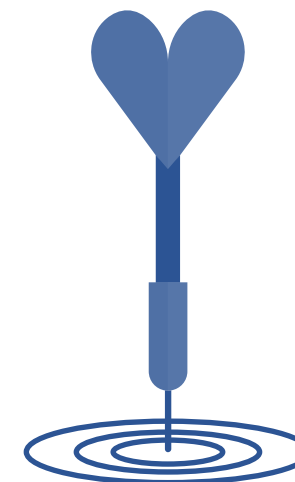


ESG e impatto

sociale: welfare come
leva di sostenibilità

Wellbeing integrato:

mentale, fisico,
relazionale



Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:



Case study: Luxottica

Un modello evoluto di welfare aziendale integrato



RETENTION & PRODUTTIVITA'

Soddisfazione del personale

Fidelizzazione del personale

Riduzione del turnover



PACCHETTO WELFARE COMPLETO

Rimborso spese scolastiche e borse di studio per figlie

Servizi di armonizzazione vita-lavoro (navette, orari flessibili etc.)

Convenzioni e piattaforma di flexible benefit



APPROCCIO PERSONALIZZATO

Copertura sanitaria integrativa estesa anche al nucleo familiare

Soluzioni mirate per persone giovani, genitori e lavoratore senior, in base a età e bisogni



CLIMA AZIENDALE

Senso di appartenenza

Efficacia nella comunicazione interna

Ambiente di lavoro positivo e orientate al benessere collettivo



RICONOSCIMENTO ISTITUZIONALE

Benchmark nelle policy di welfare in Italia, con riconoscimenti a livello nazionale

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:

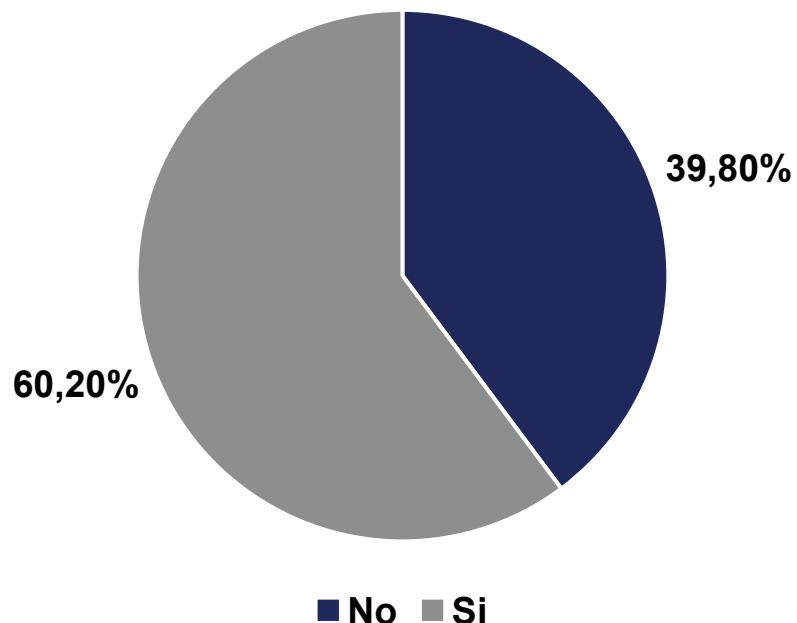


Iniziative presenti, ma ancora non diffuse capillarmente

Circa 3 titolari su 5 dichiarano di offrire benefit, con preferenza per formazione professionale e flessibilità oraria



Presenza di iniziative e offerte di welfare



La tua farmacia offre iniziative o benefit di welfare per le persone dipendenti?

N: 203

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Quali tipi di iniziative



Se si quali?

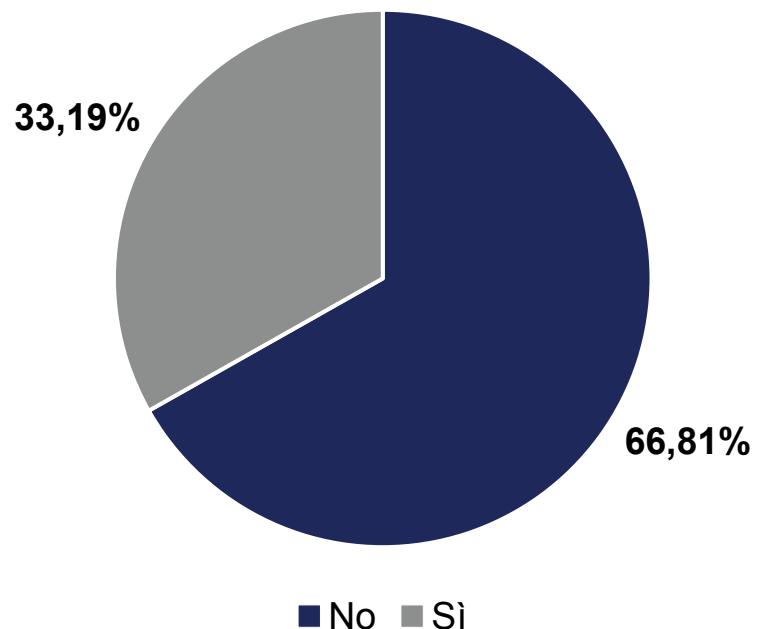
N: 203

La voce del team: welfare eterogeneamente diffuso

Il 67% dichiara di non beneficiare di iniziative, con focalizzazione su buoni pasto, formazione e flessibilità



Presenza di iniziative e offerte di welfare



La tua farmacia offre iniziative o benefit di welfare per le persone dipendenti?

N:238

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Quali tipi di iniziative

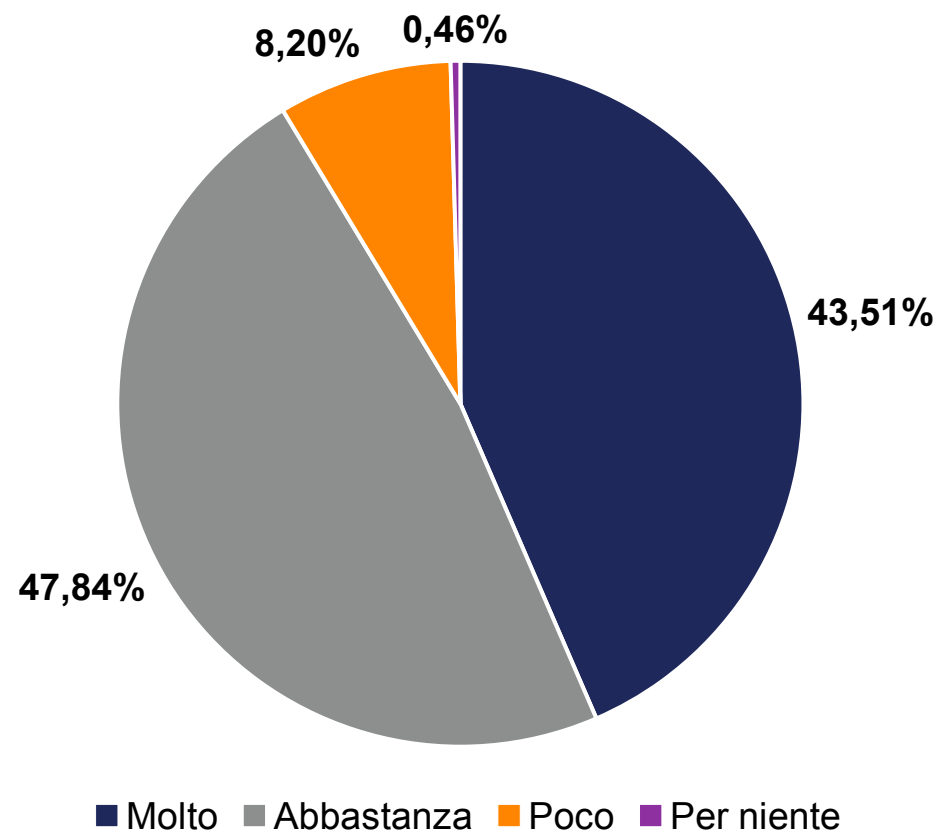


Se si quali?

N:238

Welfare aziendale: una leva sempre più strategica

Conta sempre di più nelle scelta di lavoro e nella fidelizzazione



Quanto ritieni importante il welfare aziendale per attrarre e trattenere farmacisti?

N: 441

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

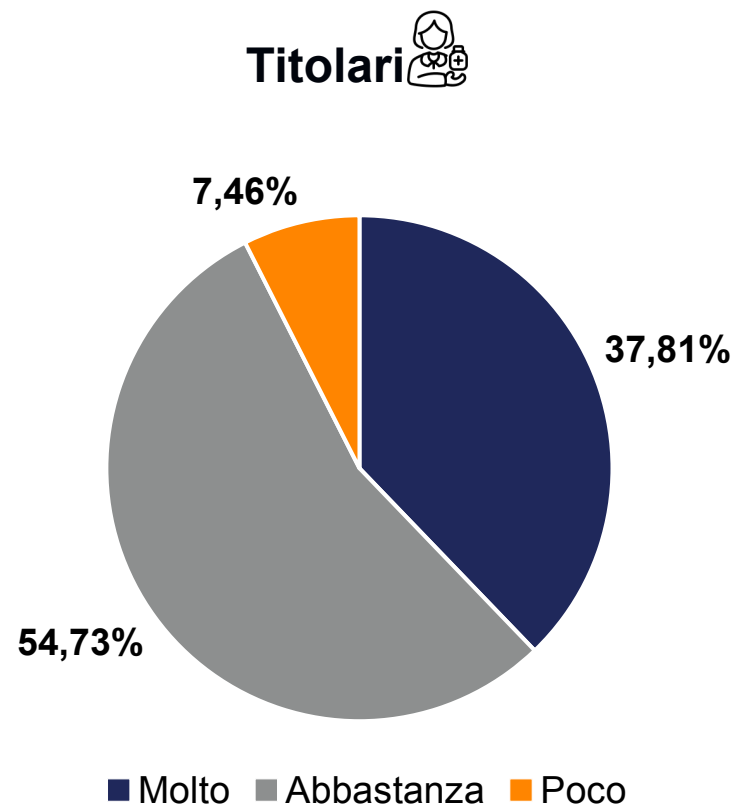


Con il contributo non condizionante di:



Welfare: leva utile, ma ancora sottovalutata dalle persone titolari

Collaboratore più convinto dell'importanza del welfare



Quanto ritieni importante il welfare aziendale per attrarre e trattenere farmacisti?

N: 203

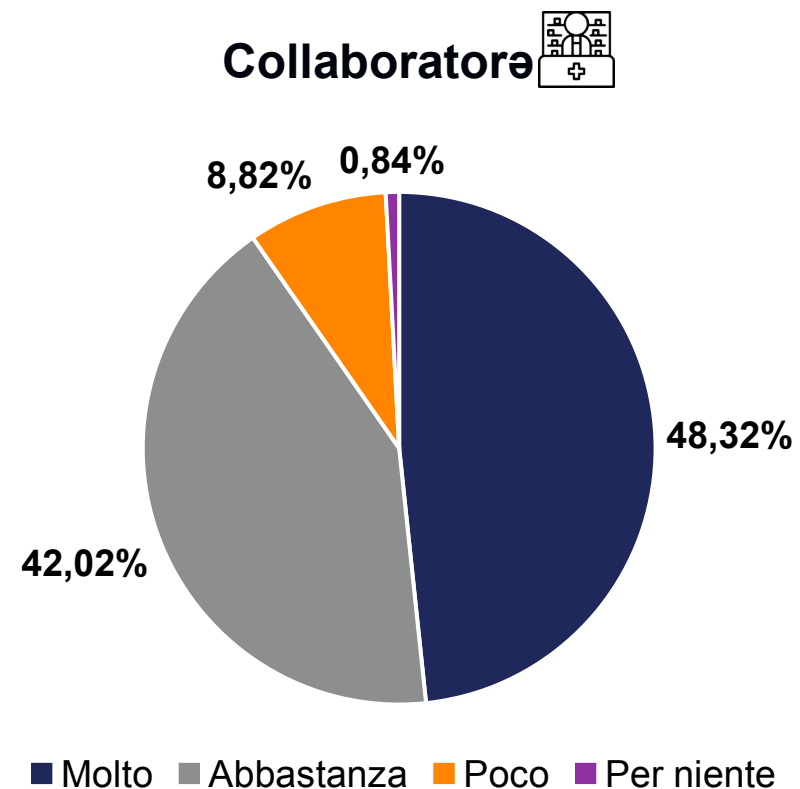
Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:

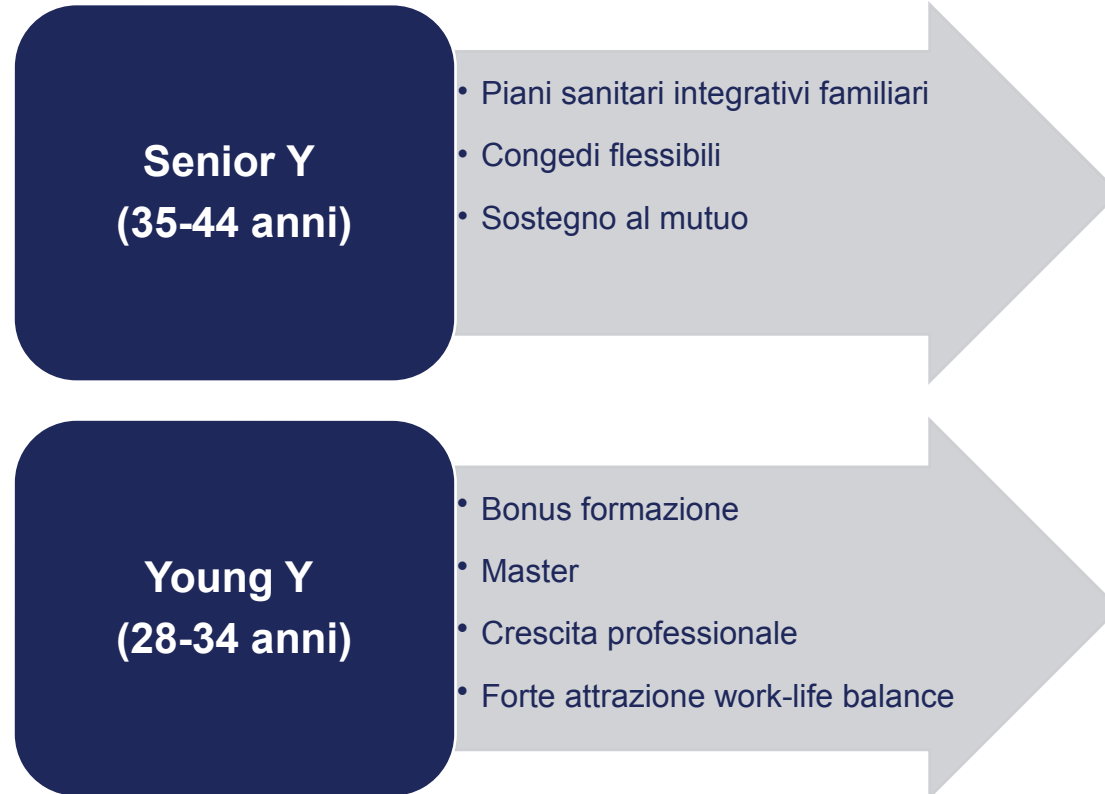


Quanto ritieni importante il welfare per attrarre e trattenere farmacisti?

N: 238

Millennial in farmacia: più equilibrio, più crescita, più flessibilità

Per attrarre la Gen Y... welfare personalizzato (benessere, carriere e work-life balance)



Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:



Gen Z: valori, tecnologia e benessere per costruire engagement

Per attrarre giovani farmacisti serve un welfare etico, digitale e personalizzato



Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Il valore strategico del welfare in azienda

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

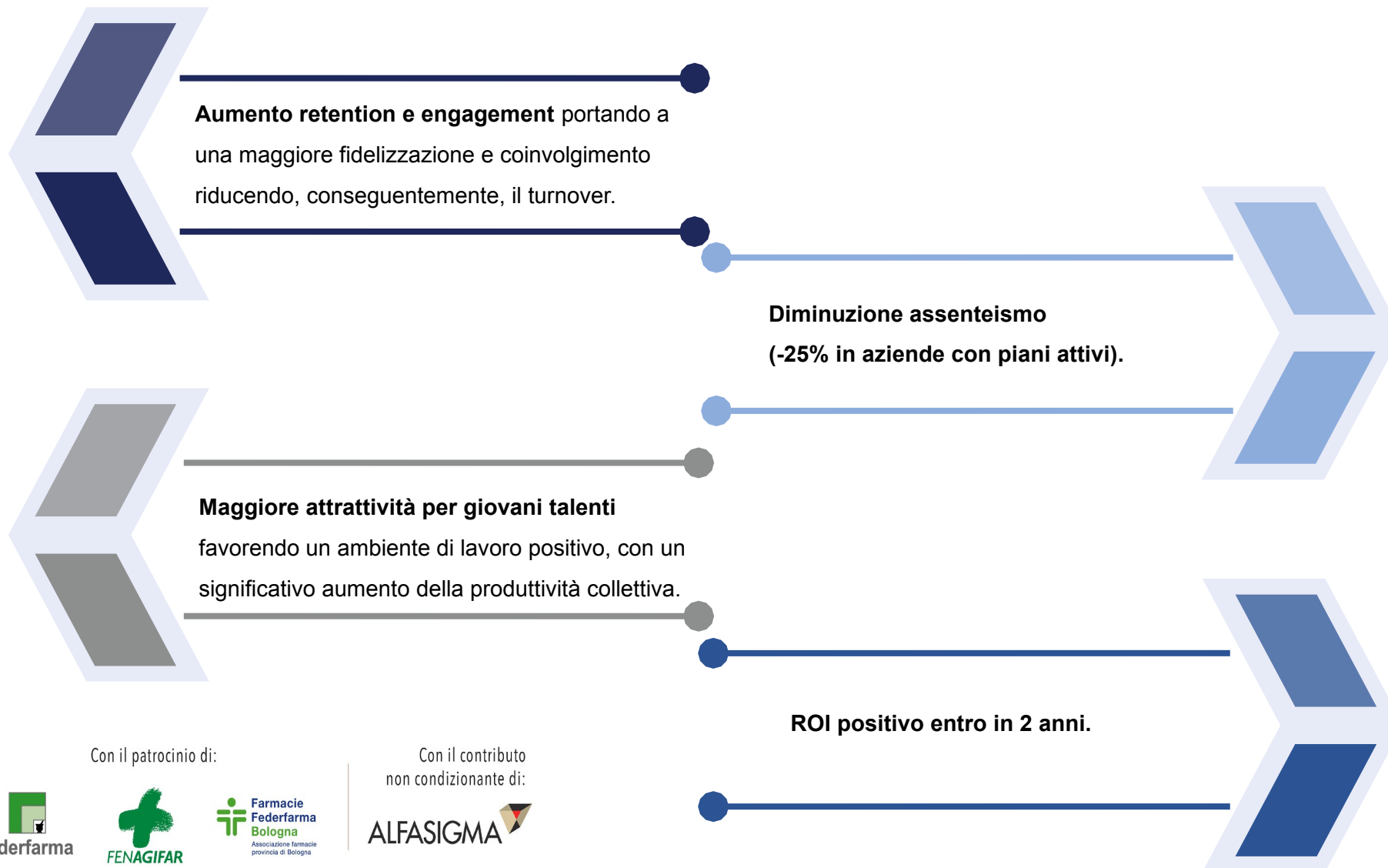


Con il contributo
non condizionante di:



L'importanza del welfare in azienda

Meno assenza, più produttività e talenti



Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



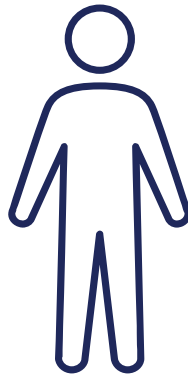
Come le farmaciste percepiscono vita lavorativa e stipendi?

Il potenziale supporto del welfare

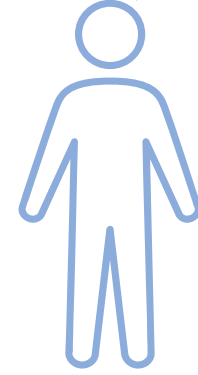
Nel 78% dei casi il lavoro da collaboratore non consente di soddisfare i bisogni della propria vita privata.

Il 38% delle persone intervistate non è per niente soddisfatta del proprio stipendio; il 18% lo è pochissimo.

L'84% ha pensato di cambiare lavoro, per lo stipendio inadeguato e per le scarse possibilità di crescita professionale



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Il Welfare può sopperire a tale disagio:

- Offrendo al team benefici che possano avere un impatto concreto;
- Promuovendo iniziative che riducano lo stress e aumentino la percezione di soddisfazione personale;
- Introducendo programmi che migliorino lo stato psico-fisico del team.

Un progetto di:



Come le farmacie percepiscono vita lavorativa e stipendi?

Il potenziale supporto del welfare

Il turnover è un costo economico

Il mantenimento di informazioni e flussi di conoscenza all'interno di un'azienda ad alto contenuto relazionale è il suo vantaggio competitivo

Fattori determinanti sono sia la remunerazione che le prospettive di crescita, supportate da soluzioni di welfare.

Investimenti su welfare e organizzazione aziendale aiutano la retention del team.



Un progetto di:



Con il patrocinio di:

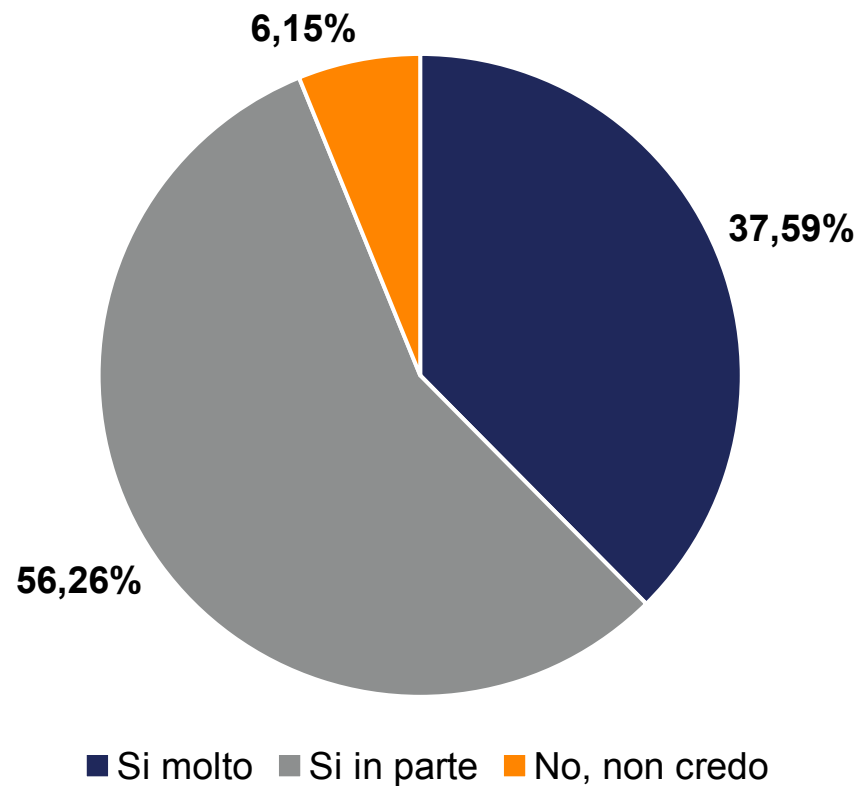


Con il contributo
non condizionante di:



Il clima lavorativo

Per oltre 9 persone su 10 il welfare ha un impatto positivo sul clima lavorativo: il 56% lo riconosce in parte, il 38% in misura elevata



Pensi che il welfare possa migliorare il clima lavorativo nella tua farmacia?

N: 441

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

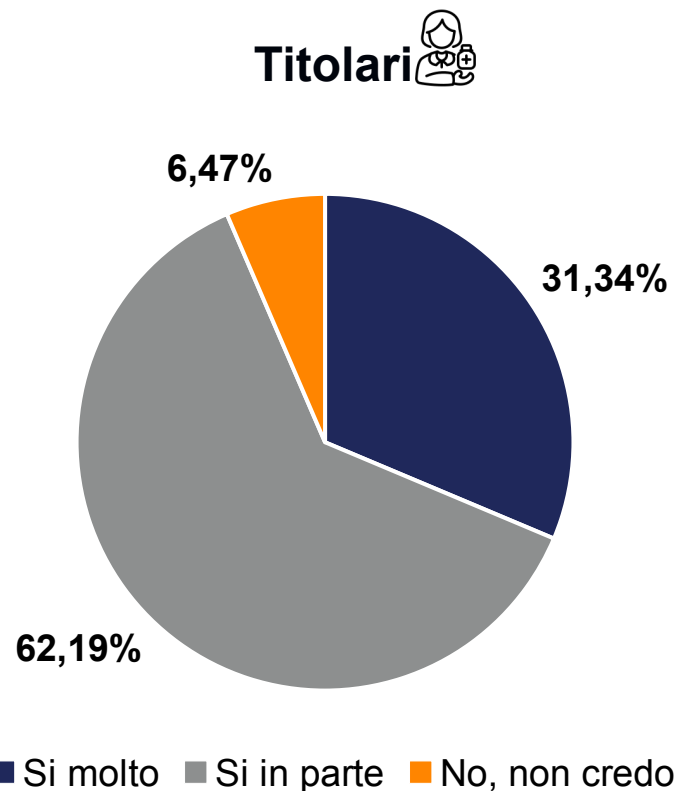


Con il contributo non condizionante di:



Welfare e clima aziendale: percezioni contrastanti

Le titolari riconoscono il potenziale del welfare, ma in maniera ridotta rispetto alle persone collaboratrici



Pensi che il welfare possa migliorare il clima lavorativo nella tua farmacia?

N: 203

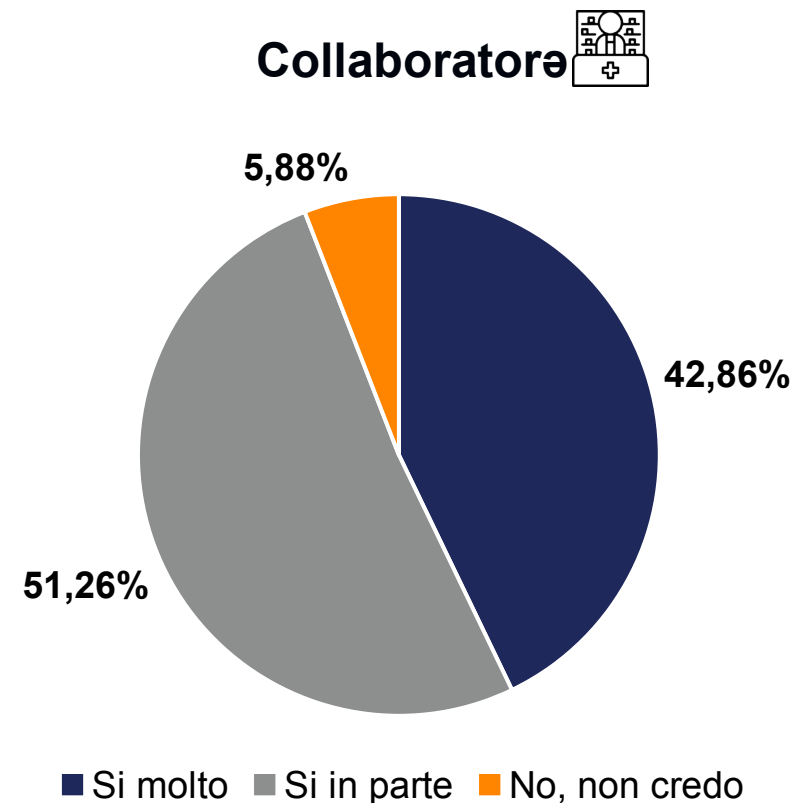
Un progetto di:



Con il patrocinio di:

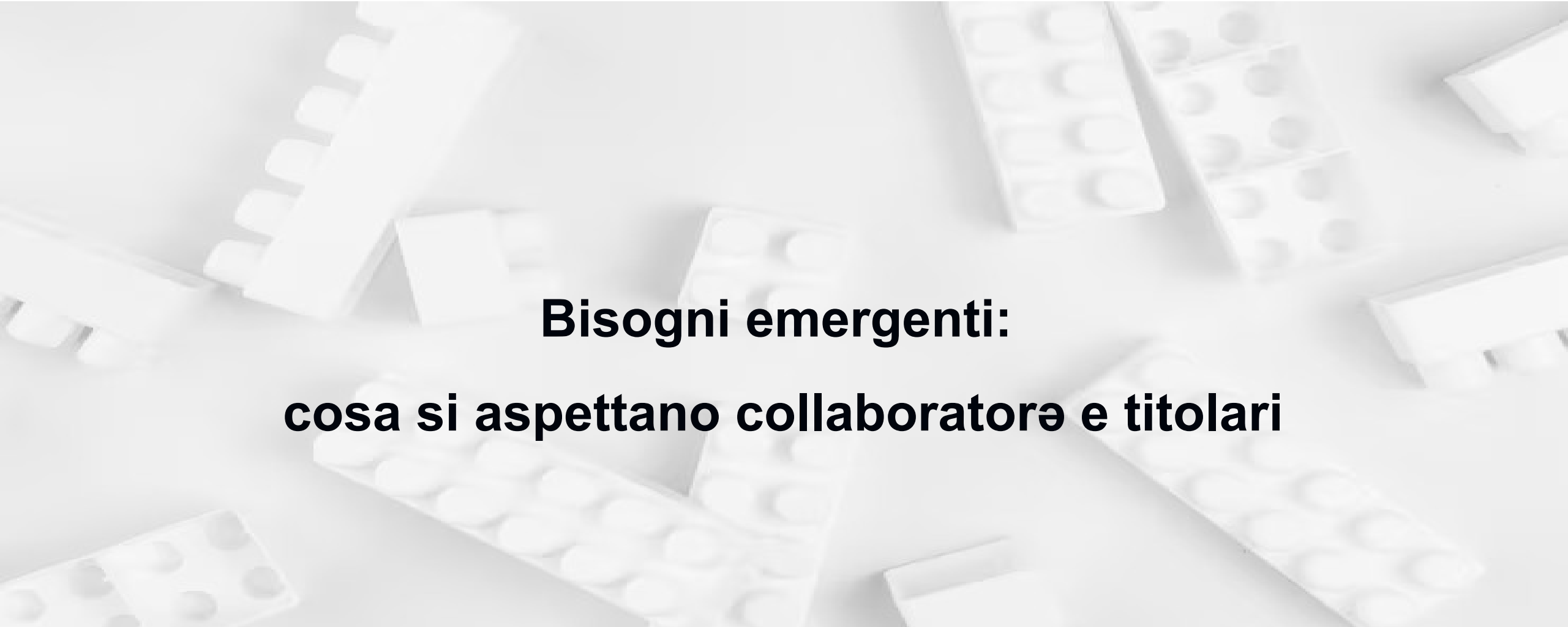


Con il contributo non condizionante di:



Pensi che il welfare possa migliorare il clima lavorativo nella tua farmacia?

N: 238



Bisogni emergenti: cosa si aspettano collaboratore e titolari

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



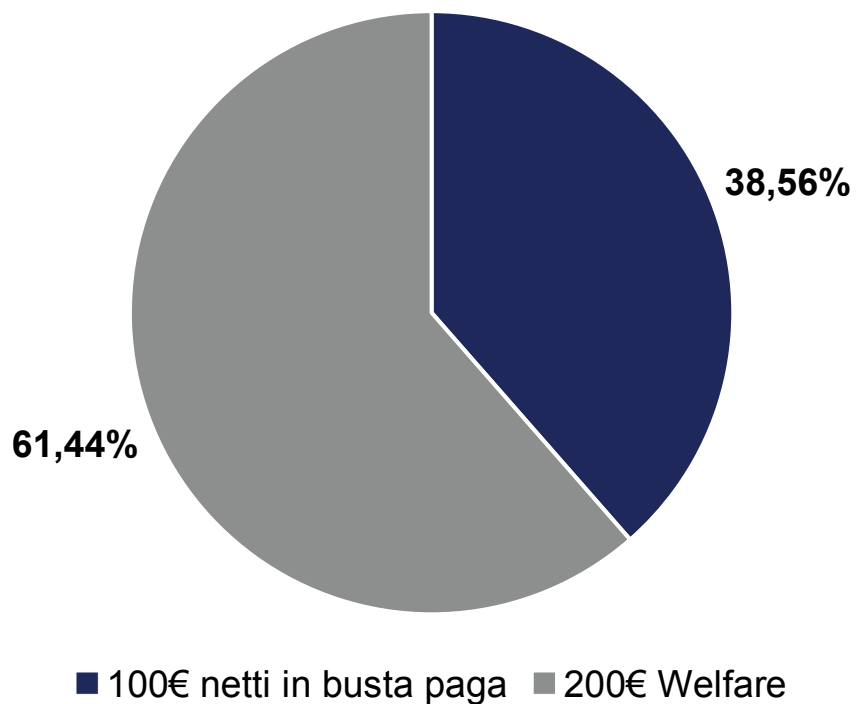
Con il contributo
non condizionante di:



Retribuzione vs. welfare: le collaboratrici mettono al centro le iniziative welfare



Oltre il 60% delle persone collaboratrici sceglierebbe il welfare e le iniziative più desiderate riguardano salute, orari flessibili e buoni pasto



Se potessi scegliere una sola opzione quale sceglieresti?

N: 238

Un progetto di:



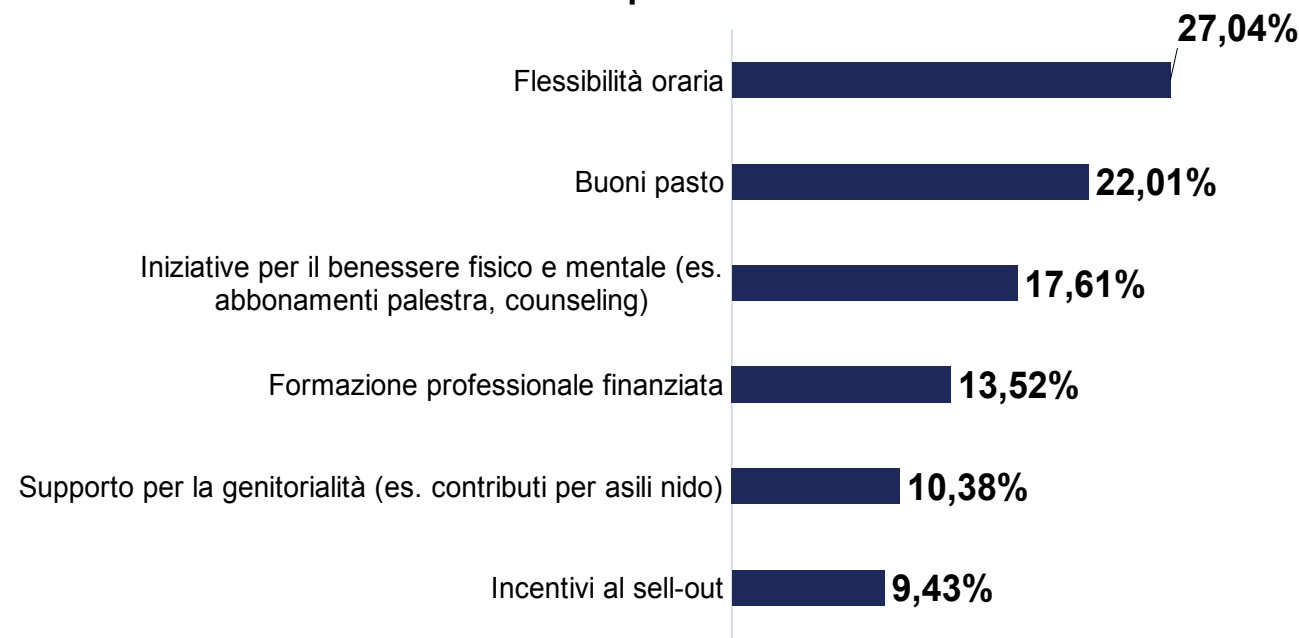
Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Iniziativa preferita



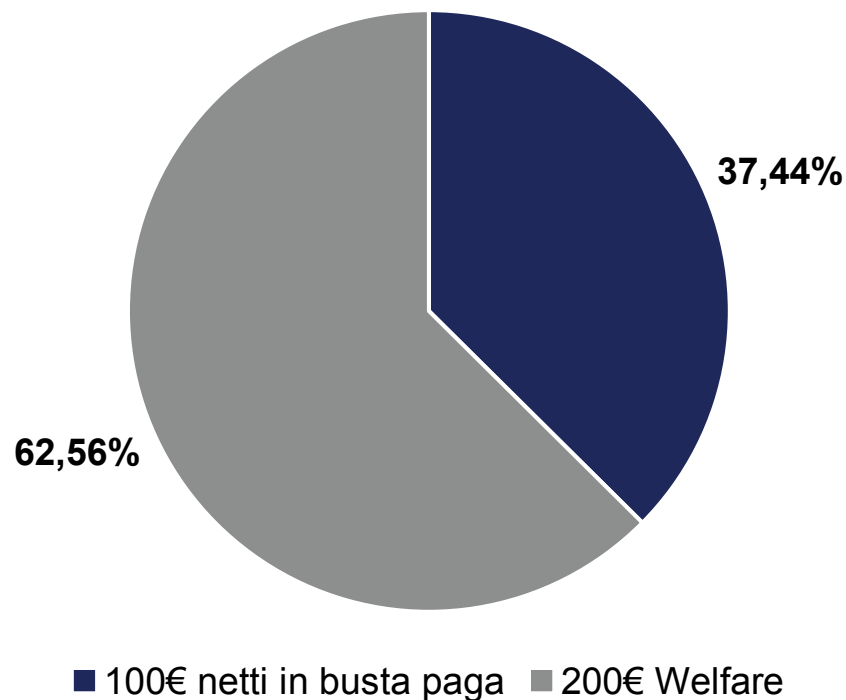
Se potesse introdurre una sola iniziativa di welfare, quale sceglierebbe?

N: 238

Le priorità per le titolari: più attenzione al welfare «economico» che alla flessibilità



Il welfare prevale: tra le iniziative preferite emergono buoni pasto e incentivi al sell-out



Se potessi scegliere una sola opzione quale sceglieresti?

N: 203

Un progetto di:



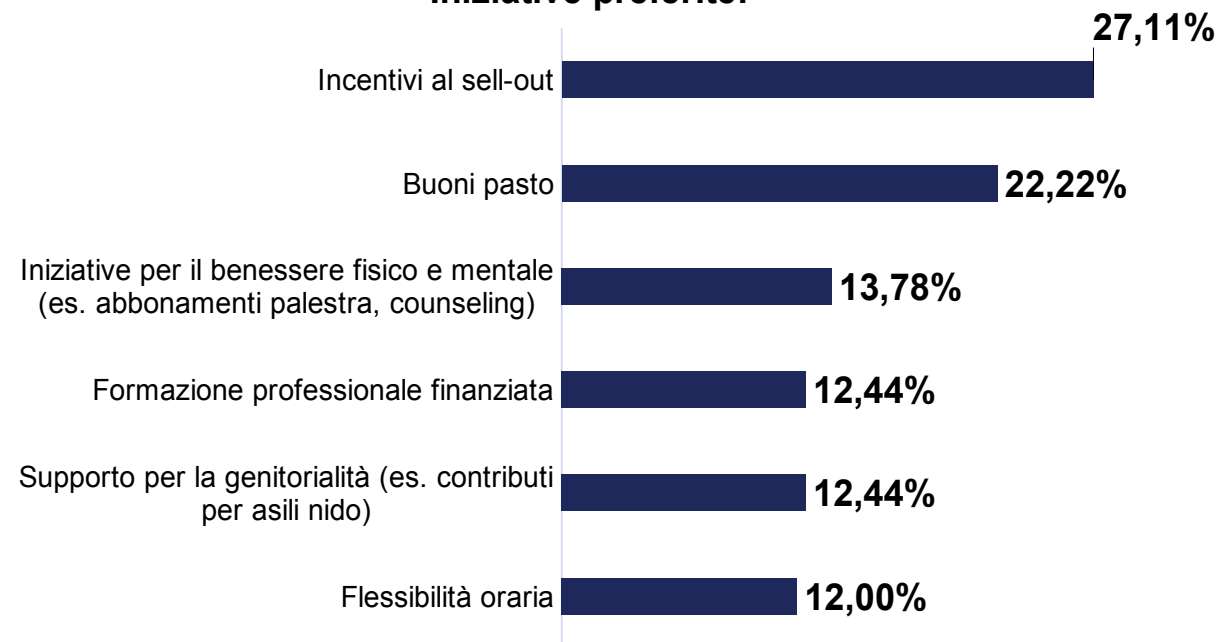
Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Iniziative preferite:

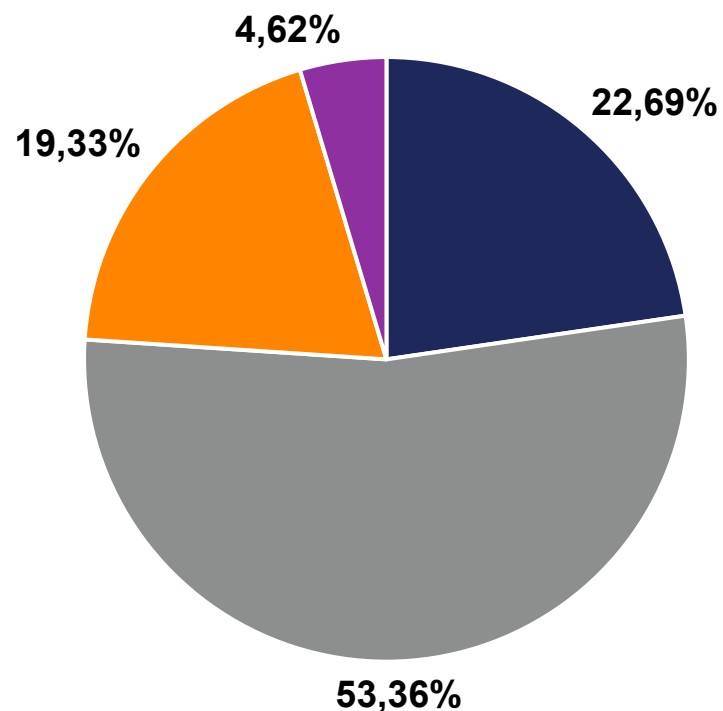


Se potesse introdurre una sola iniziativa di welfare, quale sceglierebbe?

N: 203

Aperti al cambiamento: il welfare come stimolo

Il 53% delle persone collaboratrici si dichiara 'abbastanza' disposta a trasferirsi per un miglior welfare: il 23% è davvero convinto



■ Moltissimo ■ Abbastanza ■ Poco ■ Per niente

Quanto saresti disposta a trasferirti in un'altra farmacia che, a parità di RAL, potrebbe garantirti un programma di welfare strutturato?

N: 238

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:





Linguaggio e cultura organizzativa: il peso delle parole

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:



LOVE IS ACTION

A neon sign with the text "LOVE IS ACTION" in a bright, glowing, sans-serif font. The sign is centered horizontally and vertically against a solid black background. The letters are illuminated from within, creating a bright white glow with a slight blue tint. The sign is made of thin metal tubing bent into the shape of the letters. There are some small, dark spots and wires visible at the joints of the tubing, particularly around the 'I' and 'S'.

Il potere delle parole

La rilevanza del tema lessicale

Terminologia e percezione del ruolo

Lessico e clima organizzativo

È consuetudine del settore riferirsi a farmacisti non titolari come “**collaboratore**” o “**dipendenti**”.

Il linguaggio adottato incide sulla **motivazione** e sulla **percezione di valore** del personale.

Questi termini, seppur formalmente corretti, **possono non riflettere pienamente** il contributo professionale e strategico offerto.

Un lessico più inclusivo favorisce un ambiente di lavoro **più coeso e produttivo**.

L'uso del termine “**partner**” o “**collega**” suggerisce una relazione più **paritaria**, basata su fiducia, coinvolgimento e corresponsabilità.

Anche in assenza di obblighi normativi, scegliere termini che valorizzano le persone è una **leva culturale e strategica**.

MOTIVAZIONE

PERCEZIONE DEL VALORE

LEVA CULTURALE E STRATEGICA



Adottare un linguaggio che riconosca il valore del team può rafforzare la cultura aziendale e migliorare le dinamiche interne.

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Soluzioni pratiche e leve per una corretta implementazione

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

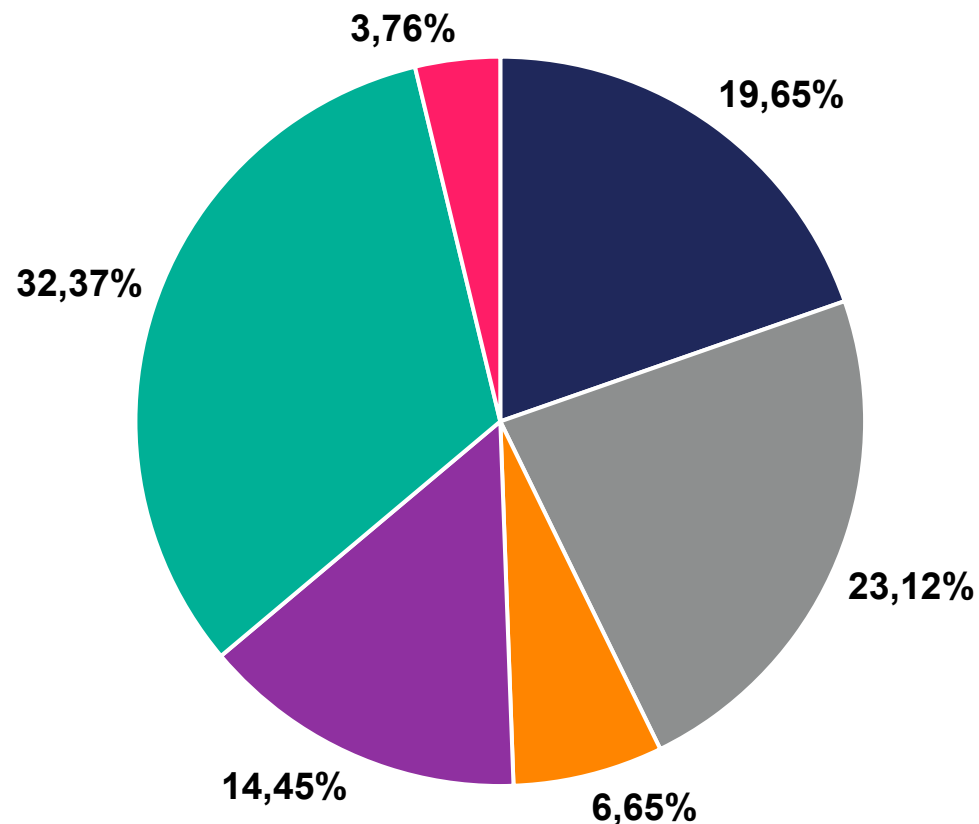


Con il contributo
non condizionante di:



Ostacoli all'adozione del welfare in farmacia

Tempo, costi e priorità: i veri freni all'adozione del welfare in farmacia



- Mancanza di tempo per organizzare queste iniziative
- Costi troppo elevati
- Mancanza di conoscenze su come attivare il welfare
- Scarso interesse da parte dei dipendenti
- Scarso interesse da parte dei titolari
- Mancanza di agevolazioni fiscali

Quali sono, secondo te, i principali ostacoli all'introduzione di iniziative di welfare? (massimo 3 risposte)

N: 441

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



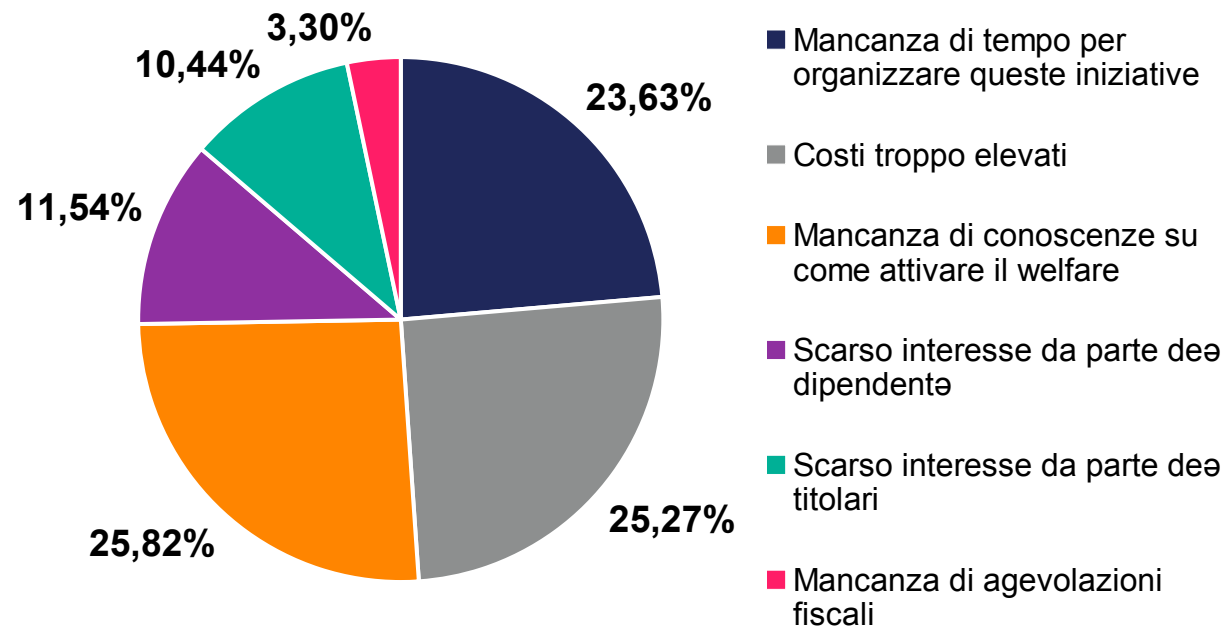
Con il contributo non condizionante di:



I principali ostacoli al welfare

Per le titolari pesano gap di conoscenze, vincoli di tempo e costi elevati; per le persone collaboratrici c'è un tema di scarsa priorità: visioni diverse frenano il welfare

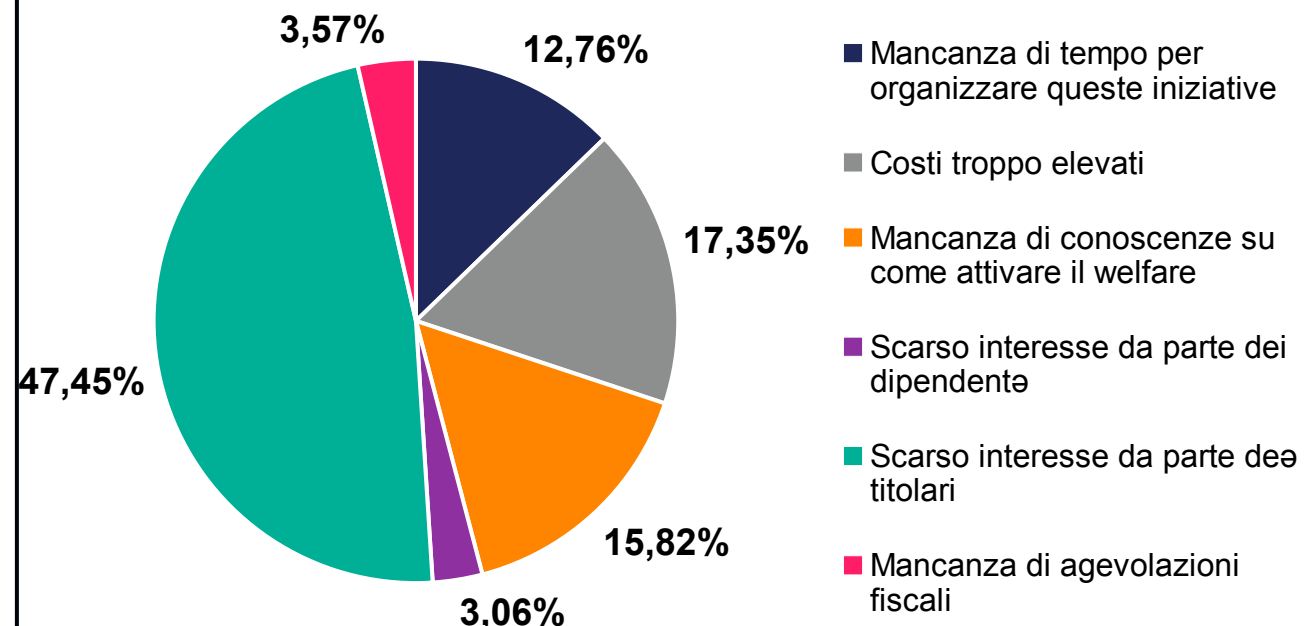
Titolari



Quali sono, secondo te, i principali ostacoli all'introduzione di iniziative di welfare? (massimo 3 risposte)

N: 203

Collaboratore



Quali sono, secondo te, i principali ostacoli all'introduzione di iniziative di welfare? (massimo 3 risposte)

N: 238

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

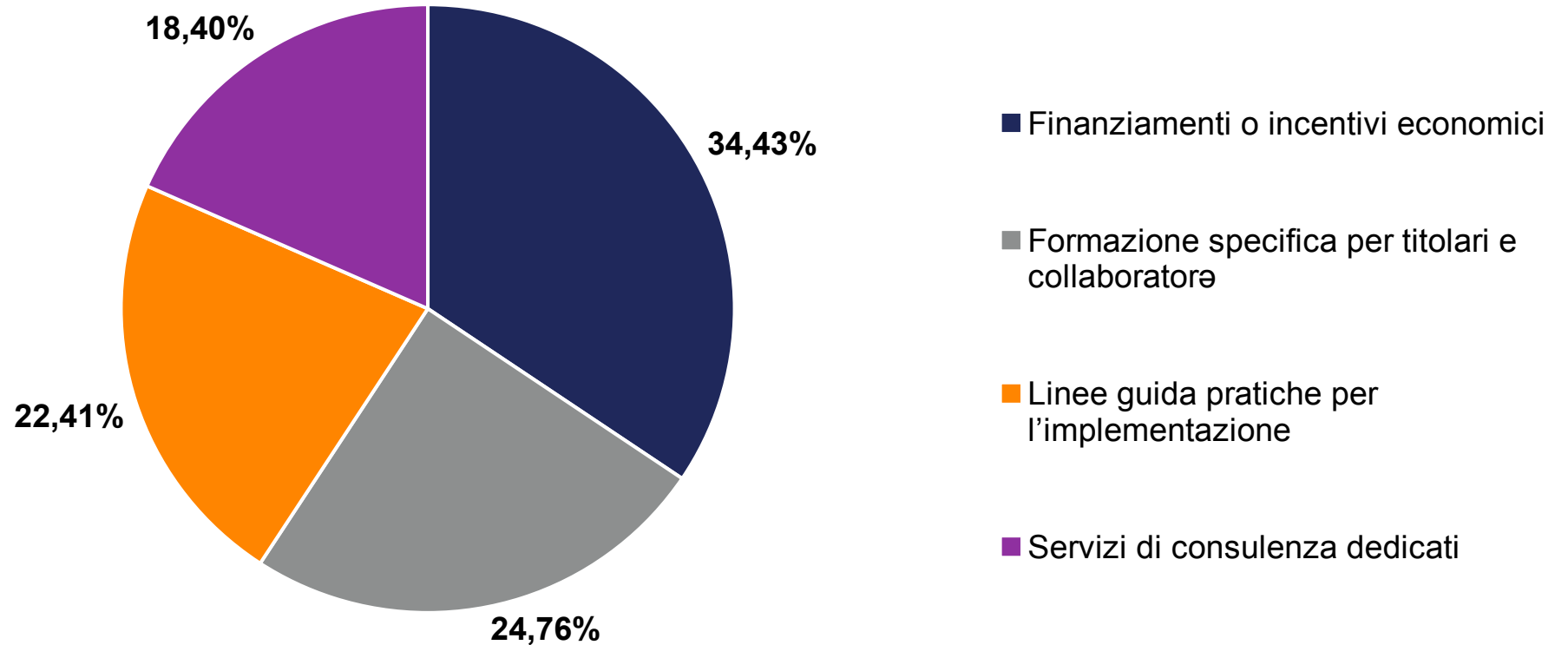


Con il contributo non condizionante di:



Welfare in farmacia: cosa serve per partire davvero

Incentivi economici (34%) e formazione (25%) sono i driver principali, ma anche linee guida e consulenza giocano un ruolo rilevante



Quali strumenti o supporti servirebbero per implementare il welfare in farmacia?
(massimo 3 risposte)

N: 441

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



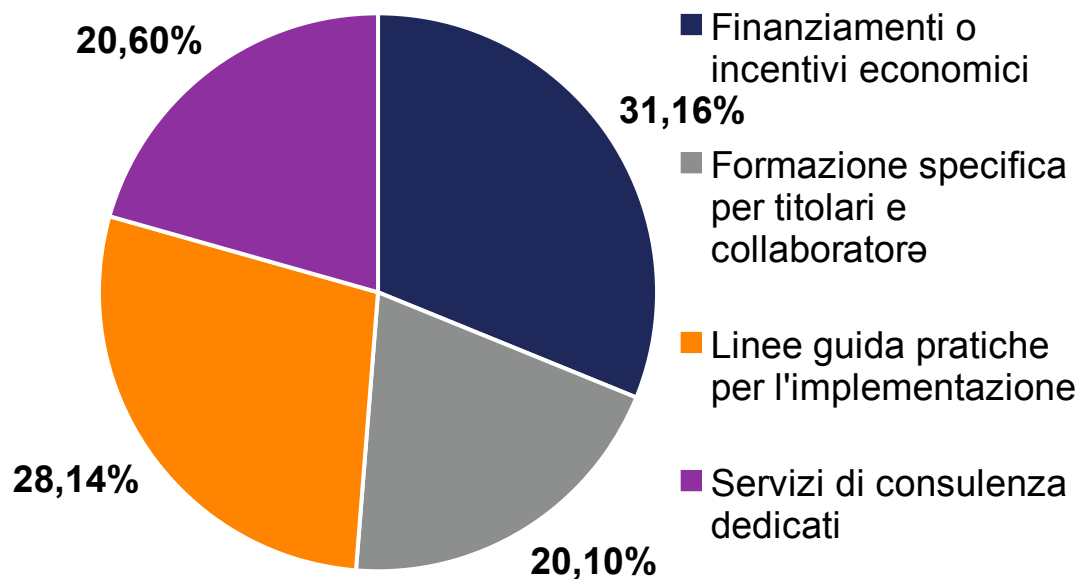
Con il contributo non condizionante di:



Gli strumenti o supporti che aiuterebbero ad implementare il welfare in farmacia

Formazione, linee guida e incentivi economici: le leve chiave per facilitare l'adozione del welfare in farmacia

Titolari



Quali strumenti o supporti servirebbero per implementare il welfare in farmacia?
(massimo 3 risposte)

N: 203

Un progetto di:



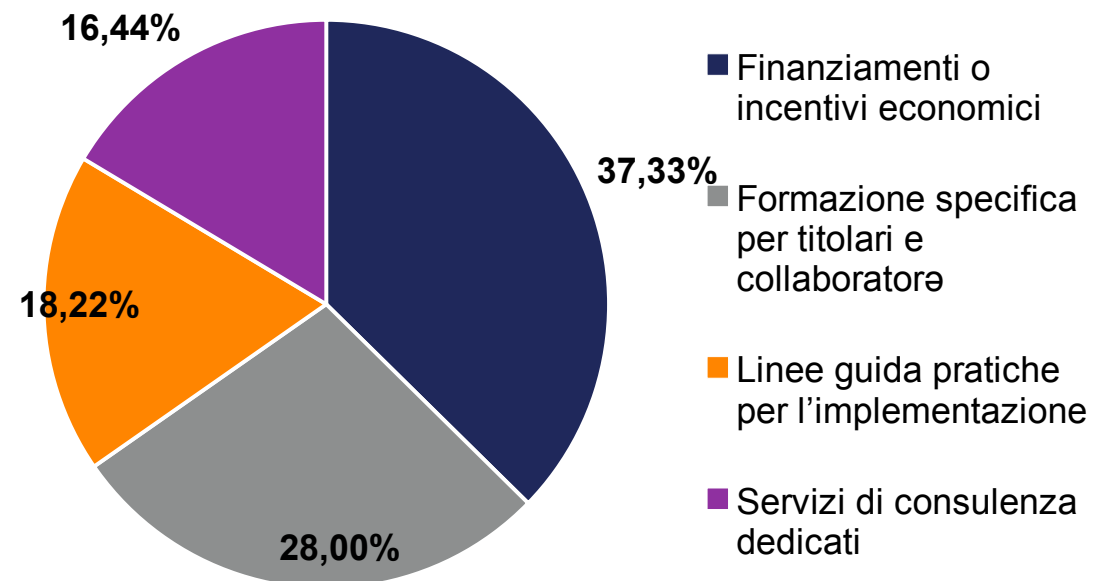
Con il patrocinio di:



Con il contributo non condizionante di:



Collaboratore



Quali strumenti o supporti servirebbero per implementare il welfare in farmacia?
(massimo 3 risposte)

N: 238

Soluzioni innovative per un welfare aziendale completo (1/2)

Alcune di intervento per rispondere ai bisogni reali di collaboratorø e aziende



PERSONALIZZAZIONE

nei piani e nei pacchetti
welfare offerti



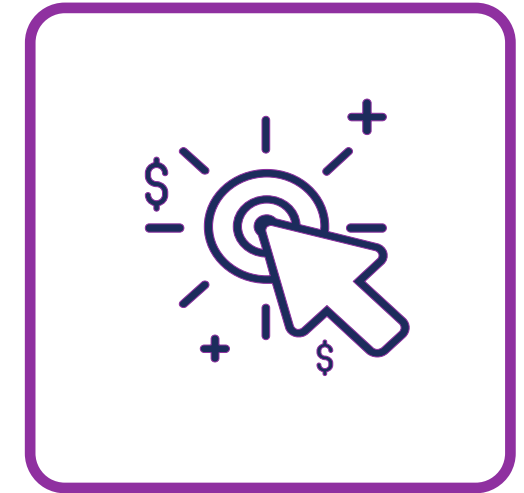
SALUTE

check-up, prevenzione e
rimborso spese, integrazione
con polizze sanitarie



FORMAZIONE

corsi di aggiornamento,
percorsi interni di crescita
professionale



WORK-LIFE BALANCE

possibilità di lavoro da remoto,
flessibilità oraria e
ottimizzazione turni

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:



Soluzioni innovative per un welfare aziendale completo (2/2)

Alcune di intervento per rispondere ai bisogni reali di collaboratorø e aziende



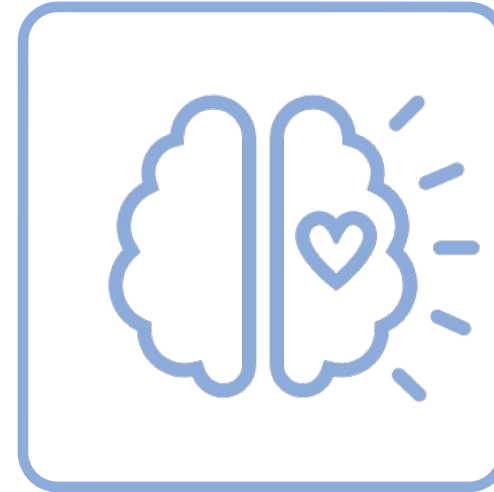
PREMI

premi e incentivi economici
per performance e
fidelizzazione



SUPPORTO FAMIGLIA

congedo parentale, supporto
per l'infanzia, l'anzianità e la
fragilità



BENESSERE

supporto mentale/psicologico,
attività di team building
aziendale



MONITORAGGIO

raccolta feedback e analisi
dell'impatto sui KPI
(produttività, soddisfazione etc.)

Un progetto di:



Con il patrocinio di:

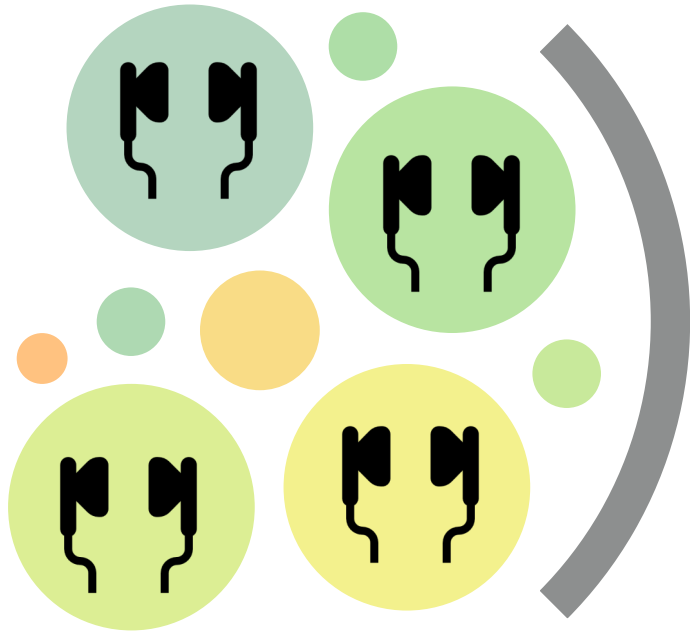


Con il contributo
non condizionante di:

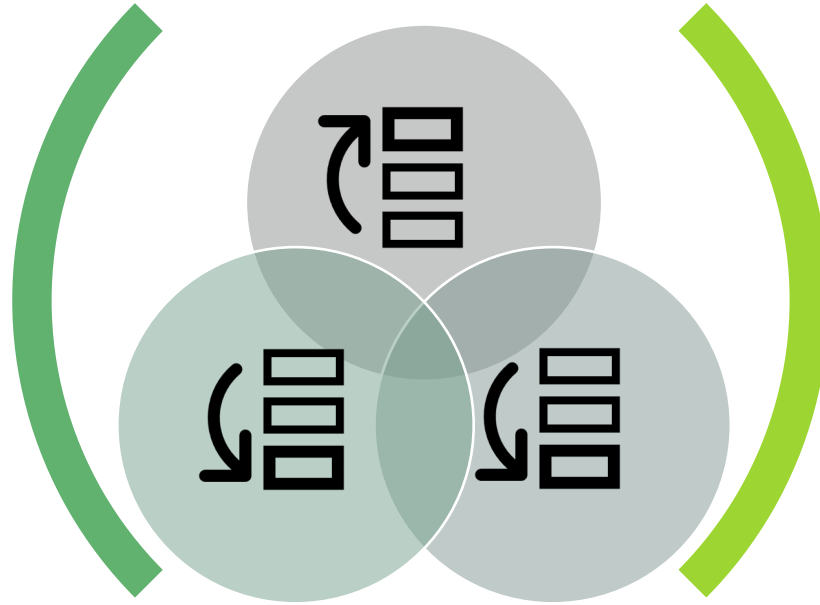


Cosa fare?

Sottotitolo



Ascoltare



Prioritizzare



Modulare

Un progetto di:



Con il patrocinio di:



Con il contributo
non condizionante di:





CURA IL TUO TEAM

welfare aziendale in farmacia

GRAZIE

Un progetto di:

 **iFARMA**

Con il patrocinio di:


federfarma


FENAGIFAR


**Farmacie
Federfarma
Bologna**
Associazione farmacie
provincia di Bologna

Con il contributo
non condizionante di:

ALFASIGMA 