

Italia

Health on Demand

# I benefit che i dipendenti vogliono

Il nuovo report analizza le risposte di **14.000 dipendenti in tutto il mondo e oltre 1.000 in Italia** per evidenziare come le aziende possono creare un **impatto positivo** per i propri collaboratori. Sai quali sono i benefit che contano di più per loro? Sai come supportarli al meglio rispondendo ai loro bisogni?



# Wellbeing come elemento strategico



## STRATEGIE DI SOSTENIBILITÀ

- **Healthy Societies:** le aziende possono contribuire al benessere delle persone e delle società investendo in piani di welfare, health e wellbeing per la totalità dei propri dipendenti.
- **Componente social delle metriche ESG:** la salute e il benessere delle persone e delle comunità nelle quali l'azienda opera rappresentano uno degli obiettivi principali dello sviluppo sostenibile.



## DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

- **Diversity, Equity & Inclusion** si pongono l'obiettivo di comprendere e valorizzare le diversità e le esigenze specifiche di ciascun individuo affinché si senta pienamente valorizzato anche nel contesto lavorativo.
- Il **wellbeing** promuove il benessere della persona a 360°, poiché si focalizza sul concetto di personalizzazione: l'organizzazione pone al centro l'individuo con i suoi bisogni specifici.



## TALENT ATTRACTION, RETENTION E GREAT RESIGNATION

**1 persona su 2**

**non lascia l'azienda** se il proprio piano benefit e wellbeing è in grado di rispondere ai propri bisogni

## Le componenti della wellbeing strategy:

HEALTH AND PHYSICAL WELLNESS

MENTAL

WEALTH, INSURANCE & FINANCIAL

SOCIAL AND DISCOUNT

# Le aziende possono fare la differenza: il loro sostegno è importante



L'analisi mostra che i dipendenti che hanno usufruito di un'offerta di **10 o più benefit in tema di salute e benessere**:

sono meno propensi a cambiare lavoro

**48%**

hanno maggiore certezza di poter ottenere l'assistenza di cui hanno bisogno

**91%**

si sentono più motivati

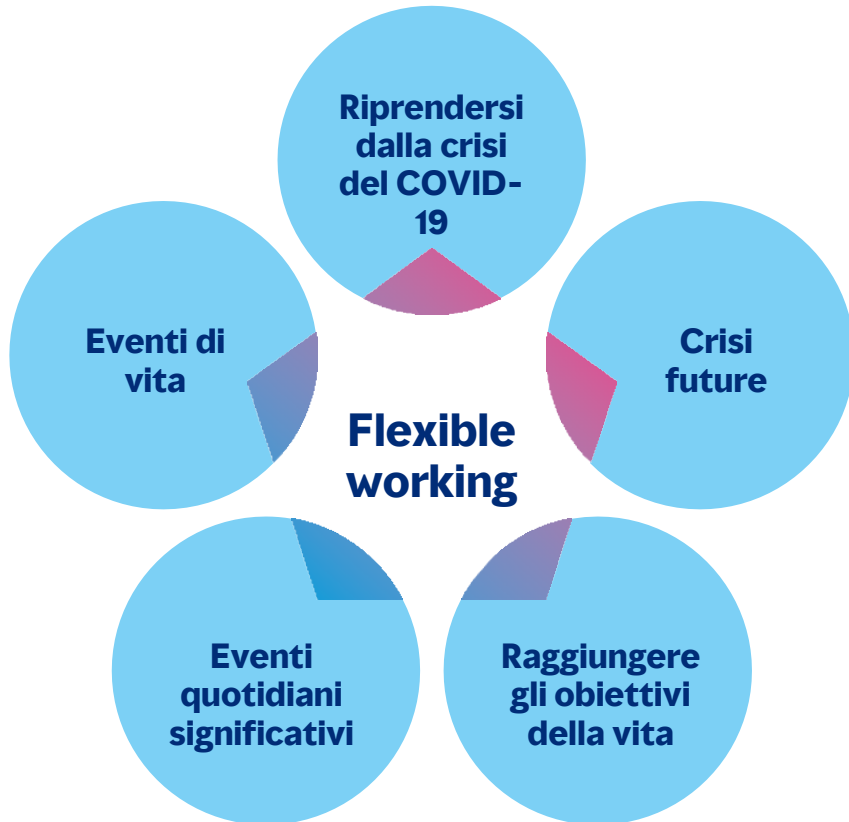
**70%**



# Fornire sostegno nei momenti che contano

## Quali sono i momenti più importanti per le persone?

L'indagine dimostra quanto sia importante per le aziende avere una *vision* più ampia dei momenti che realmente contano per le persone. Ogni persona ha infatti esigenze diverse a seconda del momento di vita personale e/o professionale in cui si trova:



**Solo il 36% dei dipendenti italiani sostiene di aver ricevuto un supporto buono o molto buono da parte del proprio datore di lavoro durante la pandemia, rispetto al 49% a livello globale**

## L'offerta Mercer Marsh Benefits

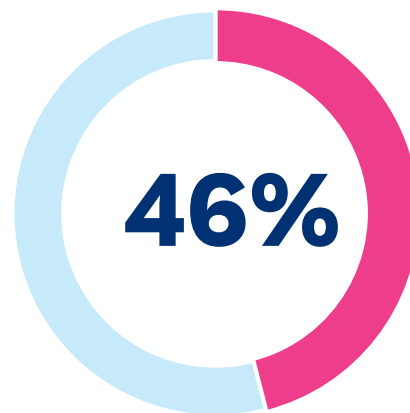
Mercer Marsh Benefits è stata al fianco delle aziende italiane nei momenti più bui della pandemia, proponendo fin dai primi giorni del *lockdown* di marzo 2020 una soluzione a tutela dei dipendenti affetti da Covid-19, consentendo ai datori di lavoro di dimostrare cura e attenzione alle proprie persone.

# Investire nella salute mentale

1 dipendente su 2 in Italia è stressato, più che nel resto d'Europa

Global	Europa/UK	Italia
50%	42%	49%

Il 40% dei dipendenti apprezza la disponibilità di strumenti digitali per il supporto psicologico



I dipendenti che desiderano un supporto psicologico e percorsi per il trattamento della salute mentale

## L'offerta Mercer Marsh Benefits

Tutti i dipendenti assistiti da piani sanitari offerti dalle casse di assistenza con cui **Mercer Marsh Benefits** collabora, Assidim e Sanint, dispongono gratuitamente di **supporto psicologico illimitato e gratuito**, 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

Possono inoltre ricevere aiuto da **specialisti in ambito legale, socio assistenziale e fiscale** per poter risolvere i problemi di vita quotidiana.

Mercer Marsh Benefits disegna **soluzioni ad hoc per esigenze aziendali specifiche**.



## Fornire i benefit in modo equo: ridurre i gap creati da modelli tradizionali



**Le persone più vulnerabili sono quelle che hanno meno probabilità di ricevere benefit dalla propria azienda**

↔ **8%**

gap nell'accesso a coperture infortuni e a coperture sanitarie **tra persone ad alto e basso reddito**



**Le donne sono meno sicure dei colleghi uomini di poter sostenere i costi delle spese sanitarie**

il **37%**

delle lavoratrici italiane

non si sente sicuro di poter soddisfare le esigenze di salute proprie e della propria famiglia

**+10%**

dei colleghi uomini italiani (27%)  
delle colleghe donne a livello globale (27%)

## L'offerta Mercer Marsh Benefits

Le soluzioni che **Mercer Marsh Benefit** propone alle aziende si pongono l'obiettivo di ridurre i gap fra diverse categorie e superare e modernizzare le previsioni dei contratti collettivi.

Ripartendo dai bisogni delle persone, oggi più che mai occorre ripensare la propria offerta benefit con l'obiettivo di raggiungere il benessere delle proprie persone in tutti gli ambiti della loro vita, professionali e personali, superando concetti, definizioni e previsioni non più al passo con i tempi.



# Favorire l'accesso digitale all'assistenza sanitaria



## Cresce anche in Italia la fiducia nelle soluzioni di Digital Health rispetto al 2019

La grande maggioranza di coloro che hanno utilizzato la telemedicina per la prima volta durante la pandemia, ha intenzione di continuare a farlo:

Globale

**84%**

Europa/UK

**83%**

Italia

**87%**

## L'offerta Mercer Marsh Benefits

Mercer Marsh Benefits ha disegnato appositi piani di telemedicina, i quali possono essere ulteriormente personalizzabili sulla base delle richieste dell'azienda o dei dipendenti.

Nella strategia di sostenibilità di un'azienda oggi non possono mancare soluzioni digitali in ambito salute e benessere, perché consentono di essere vicini ai propri dipendenti con soluzioni efficaci, flessibili e in linea con le nuove abitudini di vita e lavoro.

Favorire il miglioramento delle condizioni di salute di un maggior numero di persone è uno degli obiettivi di sostenibilità che può essere raggiunto grazie a un ruolo attivo delle aziende.



# Offrire benefit diversificati e di valore coerenti con le strategie di Diversity, Equity e Inclusion



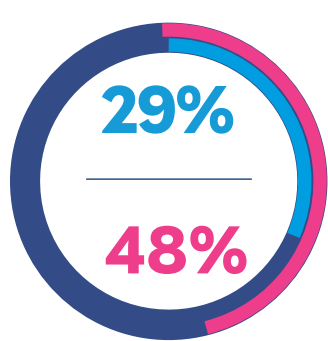
**Più i dipendenti hanno accesso a risorse per la salute e il benessere, più si sentono curati, motivati e ritengono che l'azienda stia fornendo loro il supporto di cui hanno bisogno. Di conseguenza sono meno propensi a cambiare lavoro.**



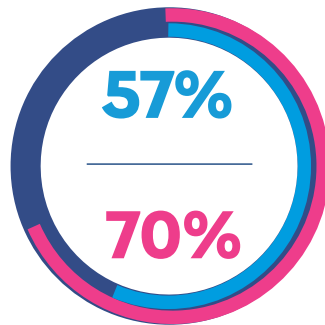
0 benefits



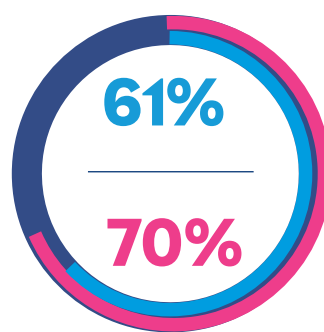
10 o più benefits



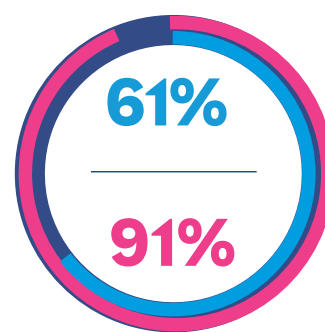
Ritengo che il mio datore di lavoro abbia a cuore la salute e il benessere dei lavoratori



Sento che il mio datore di lavoro si preoccupa della mia salute e del mio benessere



Mi sento motivato al lavoro e pieno di energia



Sono sicuro di potermi permettere l'assistenza sanitaria di cui io e la mia famiglia abbiamo bisogno

## L'offerta Mercer Marsh Benefits

Mercer Marsh Benefits e le casse di assistenza con cui collabora, Assidim e Sanint, hanno incluso gratuitamente nei piani sanitari le spese per la disforia di genere, comprese quelle legali e psicologiche oltre a quelle medico-sanitarie.

Mercer Marsh Benefits è in grado di supportare le strategie di Diversity delle aziende disegnando soluzioni specifiche diversity-based, come ad esempio pacchetti dedicati a caregivers, disabilità, genitorialità o semplicemente genere ed età.

Ciascuno di noi ha esigenze e bisogni specifici: le soluzioni benefit devono essere in grado di soddisfarli.



# Come valorizzare efficacemente l'investimento nei piani benefit

## Cosa pensano le aziende

**89%**

delle aziende afferma di aver offerto **supporto adeguato** durante la pandemia

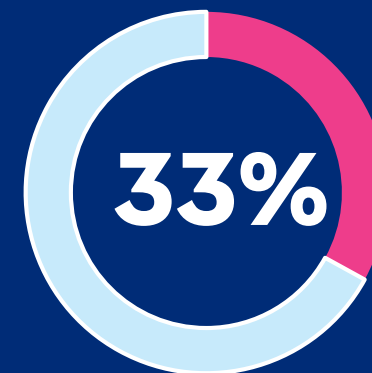
Tuttavia:

**1** dipendente su **3**

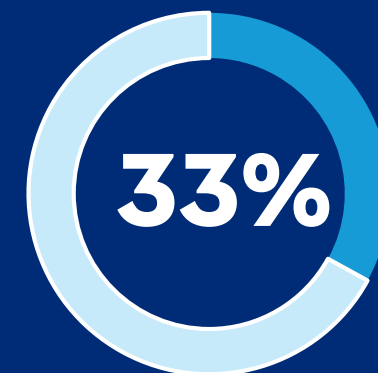
**non è d'accordo** con questa frase e ritiene di **non avere un'offerta di benefit al passo con i tempi**

**COMMUNICATION GAP**

## Cosa pensano i dipendenti



Il 33% dei dipendenti afferma di **non avere idea del valore** dei propri benefit



Il 33% dei dipendenti afferma di **non trovare risposta ai propri bisogni** nei benefit messi a disposizione dall'azienda

**Personalizzazione e comunicazione sono due elementi imprescindibili per realizzare un piano di benefit efficace.**

Un'offerta standard, realizzata per categoria contrattuale, rischia di **non andare incontro ai bisogni delle persone** e generare quindi scarso valore; similmente, un piano comunicato in modo poco efficace rischia di non essere valorizzato in modo proporzionale all'investimento sostenuto dall'azienda.

# Cosa cercano quindi i dipendenti?

## #1

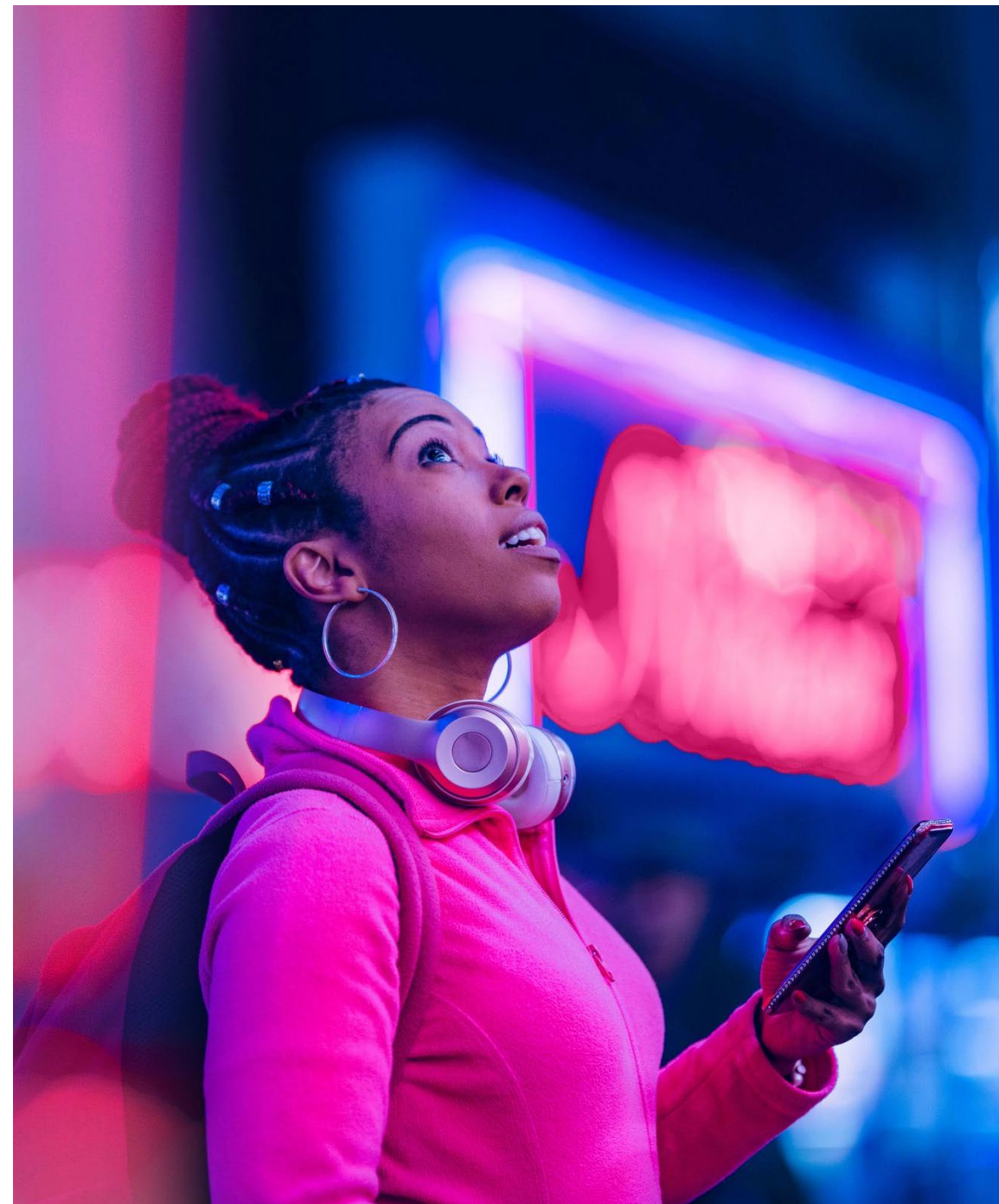
Comunicare efficacemente i benefit è il **fattore principale** per determinare la **soddisfazione dei dipendenti verso i piani di welfare**

I **3 motivi** principali per cui i dipendenti affermano che le loro esigenze **sono soddisfatte**

- 1** Ricevo informazioni utili sui benefit messi a disposizione
- 2** Reputo adeguata la spesa che il datore di lavoro sostiene per i miei benefit
- 3** Posso accedere facilmente ai miei benefit

I **3 motivi** principali per cui i dipendenti affermano che le loro esigenze **non sono soddisfatte**

- 1** L'offerta di benefit tra cui scegliere non è abbastanza varia
- 2** Non ricevo abbastanza informazioni sui benefit messi a disposizione
- 3** Non ricevo supporto da parte del datore di lavoro nella scelta dei benefit adatti



# L'offerta Mercer Marsh Benefits

La funzione HR necessita oggi più che mai di soluzioni e strumenti che supportino la gestione di employee value proposition sempre più complesse.

Le soluzioni proposte da Mercer Marsh Benefits permettono una personalizzazione dell'offerta e una comunicazione più efficace, supportando l'azienda nel raggiungimento dei propri obiettivi in una strategia di total reward.

## Benefici per i Dipendenti

- **Valorizzazione del proprio pacchetto benefit e chiarezza rispetto al proprio total reward**
- **Employee experience completamente digitale** in logica total reward
- **Facilità di reperimento delle informazioni** relative al proprio pacchetto benefit e wellbeing
- **Facilità di accesso** alle soluzioni messe a disposizione dall'azienda
- **Maggior coinvolgimento dei dipendenti** grazie a una comunicazione più efficace

# DARWIN™



## Benefici per HR, Insurance e per l'azienda

- **Migliore ritorno sull'investimento** nel piano benefit e wellbeing
- **Governo più efficiente e riduzione dell'onere amministrativo** anche grazie alla possibilità di integrazione con i fornitori e altri sistemi interni all'azienda (HCM, paghe etc.)
- Maggiori opportunità di **arricchire l'employee value proposition**
- Migliore **controllo dei costi** del piano benefit e wellbeing
- **Supporto alle strategie** di governo dei programmi internazionali
- **Reportistica personalizzata** e on demand
- **Sicurezza, Privacy, compliance e gestione** del rischio

# 5 azioni per migliorare la propria offerta

In Italia le aziende possono **fare di più** in tema di educazione e comunicazione ai dipendenti: i benefit importanti su cui l'azienda investe **non sembrano essere adeguatamente comunicati** e non è ancora riconosciuto il ruolo dell'azienda all'interno del welfare di secondo pilastro.

Le coperture in caso di premorienza o eventi gravi **sono poco conosciute e poco valorizzate** e dovrebbero quindi essere meglio comunicate, così come le iniziative più legate agli stili di vita e al benessere nate negli ultimi anni.

L'indagine ci mostra come i **dipendenti attribuiscono valore all'offerta aziendale**, ai benefit e in generale **a politiche che vadano incontro ai bisogni dei singoli dipendenti**, che risultano quindi essere uno strumento per aumentare la motivazione, trattenere i talenti e incidere sulla produttività aziendale.

1

**Fare il punto su ciò di cui il proprio personale ha bisogno oggi e identificare le lacune nel programma di benefit attualmente offerto.**

2

**Rivedere la propria strategia di benefit rispetto agli obiettivi aziendali e ricalibrarla.**

3

**Modernizzare la struttura del piano di benefit impiegando soluzioni digitali offerte da fornitori innovativi.**

4

**Aumentare la gamma dei benefit, incrementando la personalizzazione e abbassando le soglie di accesso.**

5

**Definire un piano di comunicazione dei benefit efficace e al passo con i tempi.**



**Scarica il report Health on Demand**

**Contattaci**

Mercer Marsh Benefits is a trading name used by Mercer Limited (No. 984275), authorised and regulated by the Financial Conduct Authority. Registered office in England and Wales: 1 Tower Place West, Tower Place, London, EC3R 5BU.

Il documento ha un mero scopo informativo e contiene informazioni di proprietà di Marsh. I modelli, le analisi e le proiezioni effettuate da Marsh nello svolgimento dei servizi descritti nel presente documento, sono soggetti all'alea tipicamente connaturata a questo tipo di attività e possono essere significativamente compromessi se le assunzioni, condizioni o informazioni alla base sono inaccurate, incomplete o soggette a modifica. Marsh non è tenuta ad aggiornare il presente documento e declina ogni responsabilità nei confronti dell'azienda o di terzi che ne utilizzino il contenuto a qualsiasi titolo. Anche se Marsh offre suggerimenti e raccomandazioni, tutte le decisioni su ammontare, tipo e termini di Copertura sono di responsabilità del cliente, che decide cosa ritiene appropriato per la propria azienda in base a specifiche circostanze e posizione finanziaria.

Marsh è un business di Marsh & McLennan Companies, insieme a Guy Carpenter, Mercer e Oliver Wyman.

Questo materiale ha finalità di marketing

Copyright ©2022 Marsh S.p.A. Tutti i diritti sono riservati.

Businesses of Marsh McLennan