

Il nuovo mutualismo formato azienda

Il sorpasso è avvenuto nel 2013: in quell'anno i soci tramite fondi aziendali della Società di mutuo soccorso Cesare Pozzo hanno superato i soci individuali. Il tasso di crescita dei primi è stato molto sostenuto anche nei due anni successivi, così il 2015 si è chiuso con 101mila soci da contratti aziendali contro 66mila individuali. È il segno di un trend in grande crescita e che la Cesare Pozzo ha saputo intercettare grazie alla qualità della sua offerta. O meglio inserendo la propria offerta laddove i fondi integrativi sanitari mostrano le loro debolezze. Che non sono poche. «Valgono solo per chi è coperto da contratto vero e proprio e sono molto rari i casi di allargamento ai famigliari», spiega Marco Grassi responsabile comunicazione di Cesare Pozzo. «Ma c'è un altro fattore che finisce con l'incidere: i lavoratori si trovano spesso tra le mani un prodotto definito a monte da terzi, cioè dal gestore che deve rendere conto alle compagnie di assicurazione, presso cui i fondi sono riassicurati. Quindi non c'è flessibilità a favore delle primarie esigenze dei dipendenti». C'è poi da aggiungere la mancanza di collegamento tra copertura aziendale e quella individuale. Altro punto debole è quello delle prestazioni sanitarie: fuori dal servizio sanitario ci si può rivolgere solo ai network convenzionati che hanno tariffari concordati. Ed è un fattore molto limitante: a volte non c'è lo specialista adatto per particolari patologie.

A tutto questo come risponde Cesare Pozzo? «Innanzitutto attraverso operazioni di ascolto degli imprenditori», risponde Grassi. «Servono a capire ogni volta quali siano le esigenze interne, e impostare così pacchetti di welfare aziendali che non siano precostituiti. Inoltre puntiamo a proporre servizi dedicati più che prodotti: punti di assistenza, counseling, accompagnamento dei dipendenti. È una prospettiva costruttiva che rende il lavoratore più consapevole dei meccanismi di welfare aziendale ed evita che si

avanzino richieste che risulterebbero pesanti per l'azienda». Poi Cesare Pozzo aggiunge anche una copertura identica o simile a favore dei famigliari: è un tasto delicato, perché in genere l'allargamento ai famigliari avviene quando il dipendente si trova ad affrontare situazioni delicate e questo comporta rischi che le compagnie non vogliono assumersi. «Si

**«Il criterio della mutualità
mediata ci consente
di avere fra i soci le aziende»**

tratta di fare una scommessa tra le parti, provando a costruire insieme le coperture», spiega Grassi. «Inoltre il lavoratore deve sapere di avere un vantaggio fiscale sulla quota a suo carico: sono deducibili le integrazioni all'interno del contratto aziendale, sono invece detraibili quelle che il dipendente sottoscrive al di fuori di quegli accordi».

Cesare Pozzo poi ha una seconda linea di offerta per le aziende che per le più

svariate ragioni abbiano già accordi con altre compagnie nell'ambito del welfare aziendale. Vengono proposti piani sanitari predisposti per integrare quelli in essere, evitando doppioni e proponendo un allargamento ai famigliari compresi i figli sotto i 25 anni fiscalmente a carico. «Un altro strumento è la Carta servizi», spiega Grassi. «Un format da aggiungere al paniere del welfare aziendale che permette l'accesso al network dei centri convenzionati Cesare Pozzo in tutta Italia».

La filosofia di Cesare Pozzo è frutto della sua dna mutualistico. Le società di mutuo soccorso sono figlie di un regio decreto del 1886 e prevedono che i servizi possano essere erogati ai soli soci. Dal 2013, grazie ad un provvedimento del governo Monti, è stato introdotto il criterio della mutualità mediata: si associa l'azienda e trasferisce questo status ai suoi dipendenti. «Questo significa che l'azienda non è cliente ma è socia di Cesare Pozzo», conclude Grassi. «Il rapporto non è formale: l'azienda può partecipare alle assemblee, può condividere tutta la reportistica della compagnia. È un rapporto fiduciario molto diverso, che finisce con l'incidere profondamente sulla qualità del welfare aziendale».

