

WELFARE, LE PMI ITALIANE RADDOPPIANO I FRINGE BENEFIT: NEL 2025 EROGATI 170 € A DIPENDENTE (+90% SUL 2024). ORDINE MEDIO IN CRESCITA DELL'80%

Il welfare aziendale delle PMI italiane mostra segnali di forte accelerazione: secondo l'Osservatorio Amilon PMI 2025 su dati GiftCardStore relativi a un panel di 5mila aziende, vengono erogati mediamente 170 euro di fringe benefit per dipendente, +90% rispetto ai 90 euro dello scorso anno. In aumento dell'80% anche l'ordine medio. Il 52% delle scelte dei dipendenti ricade su spesa e benzina, dato in crescita del 7% sul 2024. "Le PMI hanno compreso che investire sul benessere dei dipendenti genera valore tangibile: nasce una nuova tipologia di welfare 'dal basso' sempre più diffuso e consapevole", spiega Federico Corticelli, Head of Marketing & E-commerce di Amilon.

Cresce, si consolida e cambia forma.

Il welfare aziendale delle piccole e medie imprese italiane corre e accelera esponenzialmente la sua crescita diffusa grazie principalmente a due fattori. Da un lato, la spinta normativa che negli ultimi anni ha progressivamente incentivato l'utilizzo dei fringe benefit rendendoli uno strumento accessibile anche alle realtà di dimensioni minori; dall'altro, una nuova consapevolezza imprenditoriale che vede il benessere dei dipendenti come leva concreta di produttività, fidelizzazione e attrattività anche se prevalentemente nel Nord Italia. È questo che emerge dall'**Osservatorio Amilon PMI 2025**: il report realizzato dall'azienda leader nelle soluzioni di reward e incentivazione digitale, ha analizzato un panel di 5mila partite iva **presenti sulla piattaforma B2B GiftCardStore, portale e-commerce specializzato nella distribuzione di fringe benefit digitali per le piccole e medie imprese attivo dal 2023.**

Entrando nel dettaglio, l'analisi evidenzia una **crescita del 90% sulla somma che le aziende erogano ai dipendenti sotto forma di fringe benefit: si è infatti passati dai 90 euro del 2024 ai 170 euro di quest'anno.** In aumento anche l'ordine medio delle imprese con un +80% sullo scorso anno. Crescono del 25%, inoltre, il numero di imprese che erogano questi benefit con una retention del 36% anno su anno. A livello settoriale è il **comparto manifatturiero** (che raggruppa metalmeccanico dove è presente l'obbligo di erogazione welfare nel CCNL, apparecchiature elettriche, tessile, componentistica/automazione, alimentare) il **principale utilizzatore di soluzioni di fringe benefit digitale con il 45%**, seguito dai servizi per le aziende (formazione, consulenza, informatica, ristorazione e comunicazione) con il 25%; al terzo posto entrambi con l'8%, si trovano il settore del commercio e della sanità/enti no profit. Percentuali che confermano che l'interesse per i fringe benefit si è ormai esteso ben oltre i settori ad alta intensità di servizi. *"Un andamento che racconta molto più di una semplice dinamica di mercato: indica un **cambio culturale nel modo in cui le PMI scelgono di sostenere e valorizzare le proprie persone.** È un modello di welfare 'dal basso' che nasce vicino ai lavoratori e cresce insieme alle imprese, diventando sempre più diffuso, solido e consapevole",* analizza **Federico Corticelli, Head of Marketing & E-commerce di Amilon.**

Profonda, invece, è la spaccatura a livello geografico: all'interno del panel delle aziende analizzate, **il Nord raggruppa l'83% delle partite iva con il Centro al 10% e il Sud al 7%.** Una distribuzione che riflette sia la concentrazione delle attività produttive nei distretti del Nord, sia un livello di familiarità

più maturo con l'utilizzo di strumenti digitali per la gestione dei fringe benefit dove il maggior raggruppamento di PMI al Nord traina l'adozione di soluzioni di incentivazione digitale. Il divario territoriale, tuttavia, evidenzia un potenziale ancora molto importante per la diffusione di questi strumenti nel Centro e nel Sud del Paese.

Si concentrano sempre di più le preferenze dei lavoratori. Oltre il 52% delle scelte si concentra tra **spesa/GDO** (26,4%, +4% sul 2024) e **benzina e mobilità** (25,8%, +3% rispetto allo scorso anno). Dati che descrivono **un'evoluzione del welfare verso una dimensione di utilità quotidiana**, in cui i fringe benefit vengono impiegati per sostenere i consumi essenziali delle famiglie. È un trend che riflette l'impatto dell'inflazione e una crescente attenzione alla gestione delle spese primarie, con una preferenza per soluzioni digitali semplici e flessibili, in grado di adattarsi alle esigenze reali delle persone. **Al terzo posto si collocano i marketplace per il commercio elettronico** (16%), **seguiti dai negozi di elettronica** (8%) e da **moda e accessori** (7%), valori sostanzialmente in linea con il 2024. *“Le scelte dei lavoratori mostrano una tendenza ormai consolidata: il welfare aziendale è diventato uno strumento concreto di sostegno al potere d'acquisto – commenta Corticelli –. **L'utilizzo dei fringe benefit si orienta sempre più verso beni e servizi essenziali**, segno di una nuova consapevolezza nell'uso delle risorse disponibili. È un cambiamento che le imprese stanno accompagnando con strumenti digitali evoluti e immediati, capaci di rispondere ai bisogni reali delle persone”.*

Il welfare aziendale non è più, quindi, solo una prerogativa delle grandi corporate: oggi sono le PMI a guidarne l'evoluzione grazie anche alla diffusione di piattaforme digitali che hanno reso l'erogazione dei fringe benefit più semplice, immediata e accessibile. *“GiftCardStore rappresenta un unicum nel panorama e-commerce italiano, grazie a un **modello self-ordering che permette alle imprese di gestire in autonomia la premialità dei dipendenti**, offrendo un'esperienza fluida e intuitiva sia per chi eroga i fringe benefit, sia per chi utilizza. Stiamo lavorando su innovazioni che ridefiniranno la nostra esperienza digitale, in risposta ad un mercato internazionale in continua trasformazione e sempre più interconnesso”* conclude il manager.