

Voucher e gift card digitali: i nuovi protagonisti del welfare

28 gennaio 2016 / Scritto da ecrmcorm / in HR



Con l'approvazione della Legge di Stabilità 2016, il legislatore ha introdotto importanti novità nel settore del Welfare, in particolare modo a quello che oggi è comunemente denominato secondo welfare.

La prima, importante novità, riguarda la possibilità di scegliere di convertire il **premio di produzione** in servizi welfare usufruendo delle stesse agevolazioni fiscali già previste dall'articolo 51 del TUIR. In tal caso quindi il premio non concorrerà alla formazione del reddito da lavoro dipendente e potrà essere goduto esentasse.

La seconda novità, particolarmente interessante per chi, come Amilon, lavora nel campo dei buoni e dei voucher digitali, consiste, invece, nella modifica della lettera f comma 190 dell'articolo 51 del TUIR. La modifica apre le porte ad una serie di scenari che è doveroso interpretare e cogliere nella maniera corretta. In sintesi, la lettera f modifica consente, nella contrattazione di secondo livello, di concordare interventi a favore dei dipendenti richiamando le finalità elencate dall'art. 100 del TUIR (educazione, istruzione, ricreazione, assistenza sociale o culto) senza essere legato al vincolo della volontarietà. Il comma 3-bis, prevede infine che **l'erogazione di beni e prestazioni possa avvenire anche mediante documenti di legittimazione o voucher, in formato cartaceo ed elettronico.**

Se da un lato dobbiamo distinguere i voucher universali sul modello francese del CESU, un voucher universale ideato nel 2005 per i servizi alla persona, dai voucher digitali emessi prevalentemente sotto forma di gift card e buoni shopping, è innegabile che gli spazi aperti dalla normativa si riflettano in grandi opportunità di mercato, sia per la domanda che per l'offerta.

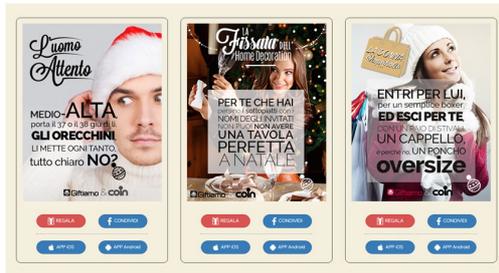
La Legge di Stabilità 2016, quindi, costituisce una vera e propria svolta per le aziende, i dipendenti ed il settore di riferimento, che vede sicuramente un aumento della competitività ma anche un ampliamento dell'offerta e dei servizi. In tale contesto riteniamo sia importante garantire qualità ed efficienza e un attento e costante supporto alle esigenze delle aziende.

Per offrire un servizio sempre più completo, stiamo lavorando per ampliare la nostra offerta di voucher digitali relativi all'erogazione di beni e prestazioni per le finalità richiamate dall'articolo 100 del TUIR. Grazie alla nostra esperienza nel settore e al lavoro di acquisizione partner portato avanti in questi anni, già oggi possiamo proporre i voucher di importanti e riconosciuti brand come ad esempio **Alpitour** e **Volagratis**, nel mondo del travel, **QMI** e **Sky**, nel campo dell'intrattenimento, ma l'obiettivo per il 2016 è integrare il portafoglio con un'offerta strutturata per tutto ciò che riguarda **edutainment, istruzione, e ricreazione**. In tal senso, abbiamo già stretto partnership strategiche con aziende operanti nel mondo del fitness, del benessere e dell'istruzione, che lanceremo a breve sul mercato.

"Da tempo stiamo monitorando il settore del welfare consapevoli che il nostro prodotto può garantire flessibilità in un mercato dove la domanda è in crescita" afferma Andrea Verri, CEO di Amilon, "oggi le aziende entrano nelle specifico di parametri oggettivi quali affidabilità del partner, efficienza organizzativa e utilità percepita del servizio da parte dell'utente finale, ossia il dipendente. Il vantaggio della nostra offerta è la sua proposizione digitale, comprensiva anche una serie di piattaforme tecnologiche flessibili e innovative, che permette alle aziende di ottimizzare sui costi logistici e di gestione".

Giftiamo - ottimi risultati per il lancio della campagna dedicata al Natale

21 gennaio 2016 / Scritto da ecrmcorm / in Retail

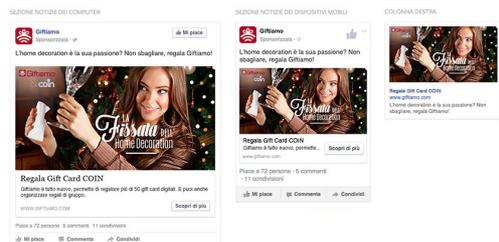


Grande successo per Giftiamo, il nuovo servizio per inviare gift card in modo originale e divertente, lanciato da Amilon il 1 novembre 2015 con un sito e due app.

La **campagna ADV**, ideata dall'agenzia di brand engagement **IAKI**, con lo scopo di creare brand awareness sul neonato marchio, è stata diffusa principalmente attraverso i canali digitali, in particolare modo i social network. Una scelta quasi obbligata per Giftiamo che fa del web il suo territorio d'elezione.

Il concept della campagna, ispirato alla features della cartoline digitali, sviluppa il tema degli amici particolari, strani, a cui è difficile, se non impossibile, fare un regalo. Un'annosa questione a cui Giftiamo si propone di dare la risposta più creativa e simpatica: **una gift card per regalare la libertà di scegliere con il plus della personalizzazione speciale di video, cartoline e messaggi.**

Iaki ha realizzato 5 cartoline speciali, ognuna dedicata ad un profilo di amico particolare e sponsorizzate da Coin, uno dei brand presenti su Giftiamo. Ecco allora la cartolina per l'uomo attento, ovvero il fidanzato smemorato che non ricorda taglia e gusti della sua dolce metà, o per la fissata per home decorations, famica che ha così tanti accessori per la casa da non sapere più dove metterli, o, ancora, per la shopaholic, colei a cui si è ispirata Sophie Kinsella per il suo I Love Shopping. Insomma una categoria di amici a cui è meglio regalare una gift card Coin per essere sicuri di fare un regalo gradito e soprattutto utile.



Per il lancio di Giftiamo è stata anche attivata una campagna di **influencer marketing** che ha coinvolto alcune blogger affermate e che sta creando un buona base di buzz e word of mouth su Giftiamo e sul nuovo modo di fare i regali.

Queste attività hanno permesso di raggiungere ottimi risultati in termine di visite al sito che nel solo mese di dicembre ha realizzato circa **20.000 visitatori**, di cui circa 9.000 provenienti dai social network, in prevalenza Facebook, canale nel quale si è concentrato circa l'80% dell'investimento media.

Più di **2000 le gift card acquistate** in pochi mesi, un risultato importante considerati i numeri del gifting digitale in Italia, territorio ancora da esplorare e sviluppare. La campagna ADV però non si ferma al Natale e nei prossimi mesi sono pianificati ulteriori investimenti per sostenere Giftiamo nei momenti caldi del mondo del regalo. Prima fra tutti San Valentino, che è ormai alle porte.

Per saperne di più su Giftiamo visita il sito www.giftiamo.com