

# Voci di Valore

numero **tre**  
Febbraio 2025

*"... siamo alla costante ricerca di soluzioni innovative, anche semplici e concrete, così che tutti possano comprenderle e sfruttarle al meglio."*



**Intervista con:**

**ANDREA PANDINI**

Senior Welfare & Payroll Specialist – Digital HR PM  
FINECO BANK

Un appuntamento con la cultura  
del Lavoro e del Welfare a cura di

bonoos

In questo numero abbiamo intervistato:

**ANDREA PANDINI** che, dopo un'importante esperienza in uno studio di consulenza del lavoro e il conseguimento dell'abilitazione alla professione, ha scelto di vivere il mondo delle Risorse Umane all'interno di un'azienda. Appassionato di innovazione digitale, ha trovato in Fineco il contesto ideale per trasformare questa passione in progetti concreti e dal 2020 si occupa di Welfare Aziendale, HR Digital Transformation e Payroll.

## **Quali sono, sul piano relazionale con i lavoratori, i valori che il vostro piano di Welfare Aziendale intende sostenere?**

I tre pilastri fondamentali di Fineco, fin dalla nostra nascita nel 1999, sono innovazione, semplicità e trasparenza. Sono valori che teniamo ben presenti anche nell'ambito del nostro Piano di Welfare aziendale: siamo alla costante ricerca di iniziative e soluzioni innovative, che si adattino alle esigenze e bisogni dei nostri colleghi, che siano anche semplici e concrete, così che tutti possano comprenderle e sfruttarle al meglio. Nel 2024, ad esempio, abbiamo introdotto alcune novità sulla piattaforma welfare e ci siamo chiesti come potessimo massimare il valore

aggiunto di queste nuove iniziative nei confronti di tutti i colleghi. Abbiamo scelto di adottare una modalità di comunicazione diversa dalla consueta mail interna ed organizzato un webinar all'interno del quale abbiamo spiegato come utilizzare in modo efficiente il credito welfare messo a disposizione sulla piattaforma aziendale. L'evento da un lato ha riscontrato un buon livello di partecipazione ed abbiamo raccolto feedback positivi dai partecipanti, a dimostrazione da un alto dell'interesse delle persone rispetto alle tematiche del Welfare Aziendale e dall'altro di come anche le modalità di comunicazione delle iniziative faccia la differenza.

## **Il contributo del Welfare Aziendale, rispetto agli obiettivi di people management che vi siete posti, ha inciso maggiormente sugli asset tangibili (es: retention, miglioramenti di prodotto o di processo, attraction) o su quelli intangibili (es: immagine aziendale, engagement, partecipazione)?**

Il Welfare Aziendale è sicuramente una leva strategica per attrarre e trattenere i nostri talenti. In un mercato sempre più competitivo, è fondamentale assumere le figure chiave che ci consentiranno di continuare a crescere e allo stesso momento evitare che i talenti all'interno dell'organizzazione

cerchino opportunità altrove. In questo senso, è esemplificativo un dato emerso dall'Osservatorio Welfare

2024 di Edenred Italia: per 7 lavoratori su 10 è decisiva la presenza di un piano di welfare per la scelta dell'azienda in cui lavorare. Nel mercato del lavoro odierno, la retribuzione non è più l'unico fattore che determina un cambiamento lavorativo o una scelta di carriera. Temi come la conciliazione tra vita privata e lavorativa, i valori aziendali e le politiche di Diversity & Inclusion sono altrettanto importanti. Il nostro Piano di Welfare aziendale integra tutte queste dimensioni,

contribuendo così a renderlo uno dei più avanzati nel nostro settore.

### **Cosa suggerirebbe ad una PMI che si approcci per la prima volta alla definizione di un piano di Welfare Aziendale?**

Per creare un Piano di Welfare efficace è necessario concentrarsi sulle persone, indipendentemente dalla dimensione aziendale. Nelle aziende convivono più generazioni ed ognuna di esse ha bisogni ed esigenze specifiche legate ai diversi momenti della vita. Un Piano di Welfare ben organizzato non può prescindere dalla valorizzazione di questa diversità e soprattutto deve essere dinamico: ciò che è rilevante

oggi non è detto che potrebbe esserlo domani. Il costante ascolto delle persone, per esempio attraverso

***“Nelle aziende convivono più generazioni ed ognuna di esse ha bisogni ed esigenze specifiche [...] Un piano di welfare ben organizzato non può prescindere dalla valorizzazione di questa diversità e soprattutto deve essere dinamico...”***

survey verticali e periodiche, consente di raccogliere dati e informazioni sui bisogni ed esigenze della popolazione aziendale, utili ai fini di una corretta progettazione e realizzazione delle iniziative di welfare. Infine, non possiamo non considerare il profilo economico: per l'erogazione di importi destinati al Welfare Aziendale sono previste delle agevolazioni sotto il profilo fiscale e contributivo sia per i lavoratori che per le imprese massimizzando così il costo-beneficio di ogni iniziativa.

### **Lei è particolarmente attento alla trasformazione digitale e all'HR-Tech. Nell'ambito del Welfare Aziendale e dei servizi nei quali si declina, l'innovazione tecnologica ha avuto e sta avendo un rapido sviluppo. Quali sono gli impatti in ambito HR ed in particolare per il Welfare Aziendale?**

Negli ultimi anni, l'innovazione tecnologica sta cambiando profondamente le organizzazioni aziendali, coinvolgendo anche la funzione HR in questo processo di trasformazione. L'aspetto che emerge con maggiore forza è l'importanza strategica dei dati: una funzione HR capace di raccogliarli, analizzarli ed utilizzarli efficacemente diventa un partner cruciale per il

successo del business. Anche nel Welfare Aziendale, i dati sono fondamentali: per costruire un Piano efficace e dinamico è cruciale disporre di strumenti tecnologici in grado di fornire insight di valore. La qualità delle iniziative di Welfare è direttamente proporzionale alla qualità, quantità e tipologia di dati disponibili. L'esperienza dell'utente è un altro elemento decisivo: quanto più le soluzioni digitali sono personalizzate e flessibili, tanto maggiore sarà il livello di soddisfazione e coinvolgimento delle persone. La possibilità di adattare i contenuti del Piano alle esigenze individuali, unita a modalità di fruizione accessibili e intuitive – ad esempio tramite dispositivi mobile – permette agli utenti di scegliere come, dove e quando utilizzare i servizi offerti. Questa attenzione alla personalizzazione e alla flessibilità contribuisce a diffondere la cultura del Welfare Aziendale, valorizzando il rapporto tra l'azienda e persone, migliorandone l'engagement.

**Siete tra le prime aziende che hanno compreso l'utilità dell'integrazione dei Public Benefit (bonus e agevolazioni di fonte statale, regionale e comunale) nell'ambito della complessiva offerta di Welfare Aziendale: come è stata accolta questa nuova opportunità dai vostri dipendenti?**

L'introduzione dei Public Benefit nel nostro Piano di Welfare rappresenta un ulteriore esempio della nostra

costante ricerca di soluzioni innovative. In Italia, molti bonus e agevolazioni pubbliche sono poco conosciuti, spesso a causa di scarsa visibilità da parte degli enti erogatori e della complessità burocratica che ne scoraggia la richiesta. La partnership con Bonoos ci ha permesso di offrire ai colleghi un servizio in grado di superare entrambe queste difficoltà. Attraverso una piattaforma semplice e intuitiva, totalmente integrata con la piattaforma welfare, i dipendenti possono accedere a una panoramica sempre aggiornata di bonus e agevolazioni nazionali, regionali e locali, con schede informative chiare sui requisiti e la documentazione necessaria per richiederli. Questa novità è stata accolta positivamente dai nostri colleghi, che hanno subito iniziato ad utilizzare la piattaforma, anche per semplice curiosità. Guardiamo al futuro con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la sinergia tra Public Benefit e Welfare Aziendale, per offrire un Piano Welfare che risponda pienamente alle esigenze di oggi e di domani.

**Voci di  
Valore**

«Voci di Valore» è una testata aziendale a cura di Bonoos Srl Società Benefit. **Del contenuto della presente intervista, in assenza di autorizzazione, è vietata la riproduzione, anche parziale, in qualsiasi forma.** Per le richieste di riproduzione scrivere a: [press@bonoos.it](mailto:press@bonoos.it)

- Leggi le altre interviste e scopri di più su [bonoos.it](https://bonoos.it)
- Seguici su [in](#)
- Contatti: [info@bonoos.it](mailto:info@bonoos.it)

Ideazione e coordinamento: **Giovanni Scansani**  
Grafica e impaginazione: **Marta Minuzzo**