

Voci di Valore

numero **undici**
Marzo 2025

“Promuoviamo iniziative di benessere collettivo, attività di prevenzione ed engagement e servizi che possano facilitare i colleghi nelle attività quotidiane.”



Intervista con:

FRANCESCA DEL PIANO

Responsabile Formazione e Sviluppo Risorse Bottega Verde

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

bonoos

In questo numero abbiamo intervistato:

FRANCESCA DEL PIANO, oltre vent'anni di esperienza nel retail, con l'obiettivo costante di contribuire a raggiungere i risultati di business e a garantire che i clienti abbiano un rapporto positivo con il brand. Dopo 15 anni a Milano, prima in SwatchGroup e poi in Estée Lauder, è entrata in Bottega Verde dove ricopre la funzione di Responsabile Formazione e Sviluppo Risorse.

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

Il nostro piano di Welfare Aziendale si fonda sul concetto di attenzione e cura ed è declinato in modo specifico in base alle diverse realtà aziendali. In sede, dove la presenza di un ampio numero di colleghi facilita l'organizzazione di programmi strutturati, promuoviamo iniziative di benessere collettivo e attività di prevenzione ed engagement. Cerchiamo, poi, di offrire servizi che possano facilitare i colleghi nelle attività quotidiane: dal delivery in sede a gruppi di acquisto.

Nei negozi - e dunque per i piccoli team distribuiti sul territorio - puntiamo su strumenti flessibili e

personalizzati che rispondano alle esigenze specifiche di ogni persona, tra i quali anche l'accesso ai Public Benefit disponibile peraltro anche per il personale di sede e nei nostri stabilimenti nei quali sono in essere anche iniziative legate alla cura di sé e alla prevenzione. Infine, per tutte le realtà, grande attenzione è data alla conciliazione vita-lavoro cui teniamo molto.

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

Suggerirei di partire dall'ascolto e da una mappatura dei bisogni. Poi, di puntare su soluzioni sostenibili e flessibili che possano evolvere nel tempo. Anche un piccolo budget può fare la differenza se investito in iniziative mirate, come la conciliazione vita-lavoro o il supporto al benessere. Infine, suggerirei di integrare il concetto di welfare nella cultura aziendale facendolo percepire come un impegno autentico, non solo come un beneficio. È un cammino continuo, che in Bottega Verde prevede l'ascolto delle esigenze tramite una survey appena lanciata e diretta a tutti i colleghi di rete, di sede e degli stabilimenti che ci permetterà di leggere e cogliere i bisogni delle varie realtà.

Come è stata accolta l'integrazione dei Public Benefit nel vostro piano di Welfare Aziendale?

L'integrazione dei Public Benefit è stata accolta con interesse crescente. In prima battuta l'adesione alla piattaforma non ha avuto gli ingressi immaginati, ma con una campagna di comunicazione interna basata sui vantaggi abbiamo man mano riscontrato un apprezzamento diffuso per la possibilità di accedere a strumenti concreti di sostegno.

Questa scelta ci ha permesso di ampliare la nostra offerta sul tema "attenzione alle persone" rafforzando il nostro impegno verso un welfare sempre più inclusivo e accessibile.



«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

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

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