

Voci di Valore

numero **quattordici**
Marzo 2025

“Il welfare aziendale e quello pubblico possono concorrere insieme ad accrescere il potere d’acquisto delle persone.”



Intervista con:

JACQUELINE VERDICCHIO

Head of welfare business Randstad Italia

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

bonos

In questo numero abbiamo intervistato:

JACQUELINE VERDICCHIO, Head of welfare business in Randstad Italia da oltre 5 anni e fondatrice di questa Business Line nell'azienda, un progetto identificativo delle sue competenze manageriali e imprenditoriali. Questo traguardo è frutto di una solida conoscenza del settore delle risorse umane, costruita in oltre 20 anni di esperienza: un percorso di crescita che l'ha vista impegnata in ruoli di crescente responsabilità, da Responsabile di Filiale ad Area Manager, fino a Corporate Account Manager.

I Provider censiti dall'ultima edizione del Report annuale curato da ALTIS sono 108. Di questi ben 56 sono proprietari della piattaforma che offrono sul mercato. Cosa distingue la vostra proposta operativa rispetto a questa numerosa concorrenza?

Randstad Welfare nasce come linea di business di Randstad Italia, talent company leader nel settore dei servizi per le risorse umane. Costituita da un team di professionisti nel settore giuslavoristico, mette a disposizione la propria expertise e specializzazione nel mondo del welfare aziendale. Partendo da queste solide basi, Randstad Welfare ha costruito un'offerta incentrata sull'ascolto delle

persone e delle loro necessità, mantenendo una forte attenzione anche agli strumenti scelti per erogare le soluzioni di welfare proposte (in primis, una piattaforma welfare di proprietà). Randstad Welfare, inoltre, non si occupa solamente del welfare nella sua accezione fiscale, ma anche di tutto ciò che riguarda il corporate wellbeing e il benessere dei lavoratori.

L'ingresso nel mercato degli operatori fintech è un rischio per il Welfare Aziendale o un'opportunità che potrà portare innovazione?

L'innovazione è fondamentale per il welfare aziendale, un ambito con una legislazione ancora giovane e quindi ricettiva al cambiamento. Essendo il welfare legato al benessere dei dipendenti, deve evolversi per rispondere alle loro esigenze, che variano necessariamente nel tempo. Proprio per questo motivo, abbiamo creduto fin da subito nell'avanzamento tecnologico, stipulando già nel 2024 una partnership con la fintech italiana Tundr, il cui utilizzo è stato comprovato ad inizio gennaio anche dalla risposta n. 5/2025 da parte dell'Agenzia delle Entrate.

Dal "big bang" del Welfare Aziendale, provocato dalla Legge di Stabilità 2016, sono passati dieci anni. In questo lungo

periodo di sviluppo delle prassi, com'è cambiato l'approccio degli HR Manager?

Quello che è cambiato negli HR Manager è lo sguardo nei confronti del welfare aziendale: prima il welfare era il fine a cui rispondere

ad esempio nelle erogazioni obbligatorie previste dal CCNL. Oggi invece si è compreso che il welfare è uno strumento essenziale per raggiungere altri obiettivi come: la costruzione di nuove soluzioni per rispondere alla talent scarcity e l'elaborazione di strategie che possano rafforzare l'employee engagement. Si tratta quindi di un cambio totale di paradigma, per cui ci si è resi conto della

strategicità del welfare, anche legata alla produttività aziendale. Inoltre, tale tendenza è anche dimostrata dalle aspettative dei lavoratori: secondo il Randstad Employer Brand Research 2024, sondaggio indipendente e rappresentativo dell'employer branding in Italia e nel mondo, per i lavoratori italiani il terzo driver di scelta (57%) di un lavoro sono i benefit.

Siete tra i primi Provider che hanno compreso l'utilità dell'integrazione dei Public Benefit nelle piattaforme fringe&flex: com'è stata accolta questa nuova opportunità dalle aziende vostre clienti?

Siamo sempre particolarmente ricettivi alle nuove tendenze del mercato in cui operiamo. Il welfare aziendale e quello pubblico sono stati per lungo tempo considerati due binari che non si incontrano mai, quasi in concorrenza fra loro.

Invece abbiamo voluto cambiare questa visione, innanzitutto facendo capire alle nostre aziende clienti che i loro dipendenti non sono solamente lavoratori, ma sono in primis cittadini del nostro Paese. Inoltre, è stato essenziale veicolare il messaggio per cui il welfare aziendale e quello pubblico possono concorrere insieme ad accrescere il potere d'acquisto delle persone. In conclusione, questa

opportunità è stata accolta con entusiasmo dalle nostre aziende clienti, sia da grandi aziende che da PMI, che hanno voluto offrire questo ulteriore servizio ai loro lavoratori.

“I dipendenti non sono solamente lavoratori, ma sono in primis cittadini del nostro Paese [...] il welfare aziendale e quello pubblico possono concorrere insieme ad accrescere il potere d'acquisto delle persone.”

**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

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

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