

Voci di Valore

numero **ventinove**
Maggio 2025

“Il benessere aziendale è un concetto che deve iniziare costruendo un forte e solido rapporto di fiducia tra capo e collaboratore”.



Intervista con:

ANDREA MOROCUTTI

Senior HR Director Italy – TD SYNEX Italy

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

bonoos

In questo numero abbiamo intervistato:

ANDREA MOROCUTTI, che si definisce un giovane professionista con 26 anni di esperienza in ambito Risorse Umane, maturati sia in contesti multinazionali, sia in società di consulenza. Appassionato di benessere lavorativo, sempre alla ricerca di nuovi strumenti che consentano alle persone di vivere al meglio le loro giornate lavorative.

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

Il nostro punto di partenza è un patto psicologico, ad ogni livello, per il quale il rapporto tra manager e collaboratori è alla base di tutto. Ciò significa che i nostri manager vengono costantemente formati e aiutati nel fare in modo che le persone vivano il lavoro in una generale situazione di benessere, concetto che va un po' al di là rispetto a quello tradizionale di welfare aziendale. Abbiamo quindi implementato, già da diversi anni, un modello di "Servant Leadership" che aiuta le persone, tra le altre cose, a gestire al meglio il proprio equilibrio tra vita lavorativa e vita personale.

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)?

Sicuramente su entrambi: in questo momento il nostro tasso di turnover è molto vicino allo zero e anche quando andiamo a fare offerte per l'inserimento di nuove figure abbiamo un bassissimo tasso di rifiuto delle offerte stesse. Paghiamo in maniera allineata rispetto ai valori di mercato del nostro settore e al di sopra dell'offerta economica abbiamo costruito un ambiente accogliente, inclusivo e valorizzante che consente a tutte le persone di potersi esprimere al meglio. A questo si aggiunge il fatto che, qualche mese fa, alla prima partecipazione, abbiamo ottenuto la certificazione come Great Place To Work.

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

Il benessere aziendale è un concetto che deve iniziare costruendo un forte e solido rapporto di fiducia tra capo e collaboratore, conseguentemente si passa in maniera automatica

alla responsabilizzazione di ogni singolo lavoratore e lavoratrice e bisogna tenere un costante ascolto con le persone, sia formale con indagini di clima dedicate, sia informale parlando regolarmente con le persone o creando momenti di dialogo, anche in gruppi, in modo da raccogliere le esigenze

delle persone e sulla base di ciò creare un programma che sia coerente con le aspettative delle persone. Aziende diverse hanno esigenze diverse, quindi non esiste una formula unica applicabile a qualsiasi azienda.

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?

“La piattaforma dei Public Benefit ha un tasso di accesso elevato e il feedback è molto positivo”.

L'accoglienza è stata particolarmente favorevole, fin da subito e ci occupiamo anche di ricordare questa opportunità in maniera regolare, mediamente tre o quattro volte all'anno. Abbiamo un tasso di accesso alla piattaforma dei

Public Benefit piuttosto elevato e anche il feedback raccolto informalmente dalle persone è molto positivo, perché hanno avuto modo di scoprire agevolazioni di cui non erano a conoscenza e hanno potuto quindi usufruire di un vantaggio economico che altrimenti avrebbero perso.