

Voci di Valore

numero **quarantadue**
Settembre 2025

“Le politiche di gestione e sviluppo delle persone non possono prescindere da un serio investimento su iniziative orientate a migliorare la qualità della vita, sia sul posto di lavoro che nella conciliazione con i propri impegni di vita”.



Intervista con:

MATTEO CRIVELLARO

Group HR Director SAVE

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

bonoos

In questo numero abbiamo intervistato:

MATTEO CRIVELLARO, laureato in Economia e Commercio all'Università Ca' Foscari di Venezia, inizia la sua carriera come Financial Planner in Generali, proseguendo come HR Manager nel Gruppo Upim-Rinascente, come HR Director nel Gruppo Bata, per approdare, infine, in SAVE S.p.a., in qualità di Group HR Director. La sua esperienza lo ha portato a maturare un'idea ben definita del ruolo dell'HR Manager, che vede il Welfare Aziendale come uno degli asset fondamentali della strategia di gestione e valorizzazione del capitale umano.

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

Avere un piano welfare è ormai diventato un fattore strategico per le aziende. Le politiche di gestione e sviluppo delle persone non possono prescindere da un serio investimento su iniziative orientate a migliorare la qualità della vita sia sul posto di lavoro che nella conciliazione con i propri impegni di vita. Il welfare, da questo punto di vista, rappresenta una leva fondamentale capace di trasmettere ai dipendenti i valori che caratterizzano la cultura aziendale. Il Gruppo Save con il piano welfare intende comunicare alle proprie persone la volontà di mettere le risorse umane al centro, investendo in iniziative e strumenti che facilitino la conciliazione vita-lavoro (es. orario di lavoro flessibile, permessi per visite

mediche senza limiti, part time, smart working), forniscano benefici diretti in termini economici (scontistiche, agevolazioni e convenzioni riservate ai nostri dipendenti) supportandole nell'affrontare particolari situazioni di difficoltà della vita privata e lavorativa (es. accesso a bonus pubblici e servizi, consigliera di fiducia) e creando una cultura del benessere e della salute (iniziative di prevenzione, sensibilizzazione e formazione). Un migliore piano welfare significa anche maggiore attrattività dei nostri aeroporti come posti di lavoro desiderati, sia in ottica di retention, sia di attraction e da questo punto di vista stiamo lavorando sui temi della mobilità, accessibilità, collegamenti e qualità della vita in aeroporto.

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 contributo del welfare aziendale incide indistintamente sia sugli asset tangibili che su quelli intangibili, che sono strettamente correlati. Un pacchetto di misure riservate ai dipendenti è un segnale tangibile che non solo migliora concretamente la vita delle persone e le sostiene dal punto di vista economico e sociale, ma è un potente mezzo di comunicazione della cultura aziendale e dei valori che formano ormai parte integrante della strategia: sostenibilità, innovazione, digitalizzazione, coinvolgimento, motivazione, qualità della vita, flessibilità, prevenzione, supporto. Gli effetti benefici in termini di miglioramento dell'immagine e della

reputazione aziendale, sia internamente che verso l'esterno sono immediati e misurabili.

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

Suggerirei di fare un'analisi attenta dei costi benefici perché i vantaggi sono molteplici e il valore percepito molto elevato da parte delle persone che ne beneficiano. La domanda che dovrebbe porsi chi si trova a decidere su questo tipo di investimenti non è "quanto mi costerebbe" ma "quanto mi sta costando non farlo".

Siete tra le 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?

Tutte le azioni che mettiamo in campo con le nostre persone per avere successo vanno spinte e comunicate nella maniera adeguata, per farle conoscere, farne percepire i vantaggi, mantenendo viva l'attenzione nel tempo. Per questo motivo, quando abbiamo deciso di investire su una piattaforma come Bonoos, abbiamo fatto una campagna di comunicazione iniziale per lanciare

l'iniziativa che ha avuto un buon riscontro e ha visto interesse da parte di molte persone. La sfida è mantenere "viva" l'iniziativa e questo lo stiamo facendo con comunicazioni periodiche sui vantaggi che la piattaforma offre in termini di bonus sempre aggiornati, ma anche di servizi che durante l'anno possono interessare di più le persone (es. l'assistenza fiscale, dichiarazione dei redditi, consulenza legale ecc..). Quello dei public benefit è un tema complesso e spesso mal gestito dalla pubblica amministrazione per via dell'eccessiva burocrazia, mancanza di trasparenza e difficoltà di accedervi. La tecnologia da questo punto di vista aiuta e l'idea di creare una piattaforma digitale interattiva che orienti le persone e le aiuti

non solo a trovare le informazioni in maniera facile ma le supporti anche nella gestione di eventuali domande e pratiche amministrative è qualcosa di innovativo e a grande valore aggiunto.

"Quello dei public benefit è un tema complesso [...] La tecnologia da questo punto di vista aiuta e una piattaforma digitale che orienti le persone e le aiuti non solo a trovare le informazioni in maniera facile ma le supporti anche nella gestione di eventuali domande e pratiche amministrative è qualcosa di innovativo e a grande valore aggiunto".

**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
- Seguici su [in](https://www.linkedin.com/company/bonoos)
- Contatti: info@bonoos.it

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