

Voci di Valore

Nr. 63

Febbraio 2026

Anno II

“Integrare i public benefit nei piani di welfare può migliorare in modo significativo la relazione azienda-lavoratori, perché l’organizzazione diventa un facilitatore concreto su bisogni ad alta rilevanza: famiglia, salute, casa, mobilità”.



Intervista con:

MARIO ALESSANDRA

Imprenditore e Fondatore di Mindwork Srl – Società Benefit

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

bonoos

In questo numero abbiamo intervistato:

MARIO ALESSANDRA, Classe 1988, formazione in Ingegneria Gestionale, Mario Alessandra ha fondato e guidato Mindwork, la prima azienda italiana per il supporto psicologico in ambito aziendale, con cui ha completato la sua prima exit nel 2026. Attualmente è responsabile del Client Success di Mindwork, siede nel Board di una PMI innovativa nell'ambito HR tech e ha avviato il suo veicolo per investire in nuovi business. Mario è appassionato di tennis, chitarre e arte contemporanea.

L'evoluzione tecnologica e i processi di riorganizzazione aziendale che ne conseguono impattano sulle modalità con le quali si lavora e si lavorerà in futuro. L'impatto più rilevante è forse quello sul "senso" (inteso anche come "significato") soggettivo del lavoro. Dalla prospettiva di chi opera in azienda e realizza interventi di carattere sociale a stretto contatto con i lavoratori cosa sta emergendo su questo tema?

La tecnologia cambia mansioni, tempi e confini del lavoro, ma soprattutto mette pressione sul "senso": se ciò che faccio è automatizzabile o viene ridefinito di continuo, rischio di perdere significato e identità. Secondo i dati della ricerca Mindwork-Doxa 2025, la crescente diffusione dell'intelligenza artificiale nel lavoro genera preoccupazione per il suo impatto occupazionale in circa 4 persone su 10. Allo stesso tempo, il 73% dei lavoratori e delle lavoratrici ritiene importante bilanciare strumenti e soluzioni tecnologiche con la dimensione relazionale con colleghi e responsabili: è un segnale chiaro che, più accelera la tecnologia, più aumenta il valore della qualità delle relazioni. Per questo il tema non è solo "adattarsi" al cambiamento,

ma progettare transizioni sostenibili: accompagnare le persone con formazione e riqualificazione, e con leader capaci di ascolto, chiarezza di priorità, confini espliciti e sicurezza psicologica, così da rendere il lavoro comprensibile e sostenibile.

L'ottavo rapporto Censis sul Welfare Aziendale indica in tre milioni i lavoratori che soffrono di ansie e disagi tra lavoro e vita privata, il che riduce drasticamente il benessere soggettivo, la qualità della vita e la salute mentale. Le organizzazioni aziendali, quindi, devono affrontare anche questo aspetto della loro relazione con i propri dipendenti e non per caso i servizi di welfare che hanno ad oggetto il sostegno psicologico si sono particolarmente diffusi. È sufficiente questo per rafforzare il "contratto psicologico" con i lavoratori?

Il supporto psicologico nel welfare è una leva fondamentale perché intercetta bisogni reali e contribuisce a ridurre lo stigma. Ma, da solo, non basta a rafforzare il "contratto psicologico" con le persone. Se le dinamiche e la cultura organizzativa restano invariate - carichi eccessivi, ruoli poco chiari, confini sfumati, leadership distante e mancanza di sicurezza psicologica - il rischio è curare i sintomi senza agire sulle cause. Serve un approccio che integri servizi alla persona, sviluppo delle competenze relazionali dei capi e riprogettazione del lavoro (priorità, processi, metriche, tempi). Il contratto psicologico si rafforza quando l'azienda dimostra coerenza tra ciò che dichiara e ciò che le persone vivono ogni giorno, con ascolto continuo, dati e azioni misurabili.

Le analisi sulle aree di intervento del Welfare Aziendale ci restituiscono una fotografia che evidenzia come i Fringe Benefit siano la formula più gettonata dai lavoratori. La componente "nobile" del Welfare Aziendale (espressa dai servizi di People Care e dalle soluzioni introdotte direttamente dalle imprese attraverso il cd. "welfare organizzativo") sembrano avere meno appeal. Come sta evolvendo nelle aziende l'attenzione ai bisogni sociali dei lavoratori?

I fringe benefit hanno appeal perché sono immediati e “tangibili”. Ma la crescente attenzione ai bisogni sociali sta spostando molte aziende da un welfare transazionale (a catalogo) a un welfare più sistemico e organizzativo, che interviene su ciò che impatta davvero benessere e sostenibilità: salute psicologica, genitorialità, caregiving, flessibilità, equità e inclusione, community e relazioni. Le persone chiedono contesti più sostenibili, non solo vantaggi economici: vogliono regole chiare, leader competenti sul piano umano e un lavoro progettato con confini espliciti, in grado di garantire un equilibrio sano tra vita privata e vita lavorativa. La direzione è integrare benefit e people care dentro una strategia coerente, con governance e KPI chiari, perché il benessere e la qualità dell’esperienza professionale sono sempre più una variabile economica (engagement, produttività, assenze, turnover) oltre che umana.

Un’opportunità che sta riscuotendo un crescente interesse da parte delle imprese e dei lavoratori è quella dell’integrazione, nei Piani di Welfare Aziendale, dei cd. “Public Benefit”, ossia l’attivazione di servizi che consentano ai dipendenti di conoscere e di accedere, con maggiore facilità, a quel giacimento di risorse – altrimenti non conosciuto o ben poco sfruttato – costituito da centinaia di bonus pubblici di fonte statale, regionale e comunale. Ne deriva una sinergia particolarmente utile sia sul piano economico, sia sul piano sociale, perché i bisogni cui

“La crescente attenzione ai bisogni sociali sta spostando molte aziende da un welfare transazionale (a catalogo) a un welfare più sistemico e organizzativo che interviene davvero su benessere e sostenibilità: salute psicologica, genitorialità, caregiving, flessibilità, equità e inclusione, community e relazioni”.

rispondono i Public Benefit sono quelli più rilevanti per le persone (famiglia, salute, mobilità, casa, ecc). Questo ampliamento dello spettro degli interventi e delle risposte ai bisogni dei lavoratori che integra Welfare Aziendale e Welfare

Pubblico quali riflessi può avere sul piano della relazione tra dipendente ed azienda?

Integrare “public benefit” nei piani di welfare può migliorare in modo significativo la relazione azienda-lavoratori, perché l’organizzazione diventa un facilitatore concreto su bisogni ad alta rilevanza (famiglia, salute, casa, mobilità). Ridurre complessità e stress amministrativo genera fiducia - “l’azienda mi aiuta ad orientarmi”, non solo “mi offre un extra” - e questo può rafforzare retention ed engagement, soprattutto in fasi di vita delicate e

complesse. La condizione è evitare un effetto cosmetico assicurandosi che il beneficio per le persone sia reale e garantendo trasparenza, semplicità di accesso, tutela della privacy e integrazione con policy interne (es. flessibilità, congedi, caregiving). Quando welfare pubblico e aziendale si parlano, la sostenibilità umana diventa concretamente parte della strategia, non un’iniziativa reputazionale intermittente.

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

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