

Voci di Valore

Nr. 70
Aprile 2026
Anno II

“Occorre smettere di gestire il welfare come una lista passiva di benefit standardizzati: è un modello inefficiente che genera spreco e scarso impatto. In una Agentic Organization il welfare deve diventare intelligente: deve ‘trovare’ la persona nel momento del bisogno”.



Intervista con:

ALESSANDRO RIMASSA

CEO & Founder Radical HR

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

bonoos

In questo numero abbiamo intervistato:

ALESSANDRO RIMASSA, imprenditore e investitore, esperto di future of work, education e digital transformation, ha fondato Radical HR, oggi parte di Future of Work Group di cui è CEO e in precedenza Talent Garden Innovation School. Ha co-fondato HAPPY2C, holding di investimento in startup innovative con 4 exit e 16 investimenti con focus su digital transformation, HRtech ed EDtech. È membro dei consigli di amministrazione di Save the Children Italia e ViviSalute. Ha scritto otto libri, tra cui il best seller "Generazione Mille Euro" e il nuovo "Le 5 lenti dell'HR".

Digital, people e business innovation sono buona parte della tua esperienza nei molti luoghi di lavoro che hai sin qui conosciuto ed aiutato a migliorare. La tecnologia ha favorito la diffusione del Welfare Aziendale: piattaforme, WebApp, soluzioni fin-tech sono oggi molto diffuse in un mercato dove operano oltre cento diversi Provider. Quello che la tecnologia fa guadagnare sul piano dell'efficienza e della facilità di accesso ai diversi servizi, rischia di compromettere altri aspetti che pure dovrebbero essere primari nell'ambito di iniziative che mirano al benessere delle persone. Tecnologia e welfare, guardando anche alla velocità con la quale si diffondono soluzioni sempre più basate sull'AI, in che relazione si devono porre per accrescere la principale finalità che dovrebbe accumunarle, ossia quella di migliorare la nostra esistenza?

Tecnologia e welfare devono porsi in una relazione di simbiosi funzionale, ce lo dice il nostro Osservatorio sul Future of Work e lo vediamo nei progetti che ogni giorno mettiamo a terra con Radical HR. La tecnologia è il motore dell'efficienza, le politiche di welfare sono il progetto da efficientare. Il ruolo chiave resta alla funzione HR che, come evidenziamo nel

trend "HR Future-Ready" della nostra ultima ricerca Future of Work Trends, deve evolvere in un "People Technologist": un professionista capace di usare l'IA per proporre soluzioni iper-personalizzate basate sui dati reali delle popolazioni aziendali. Sempre nella stessa ricerca parliamo di "Agentic Organization", dove l'HR guida l'integrazione tecnologica, le macchine riescono a scalare l'operatività e liberare spazio prezioso per l'"Augmented Humanity". L'innovazione e l'Intelligenza Artificiale non sono una minaccia, ma diventano lo strumento per rimettere al centro creatività, empatia e ascolto. Guidando il processo in questo modo, il welfare smette di essere burocrazia e diventa un'architettura di senso che migliora davvero la nostra esistenza.

Con quali tra le "5 lenti dell'HR", per citare il titolo di un tuo libro, occorre guardare il Welfare Aziendale e più in generale le politiche di wellbeing per avere davvero "al centro" le Persone, come spesso sentiamo dire (e molto meno fare) a tanti HR Manager?

Per smettere di parlare di centralità delle persone e iniziare a praticarla, dobbiamo indossare contemporaneamente tre lenti fondamentali:

- Lente del Design: fondamentale per progettare soluzioni tailor-made. Il welfare non può più essere "one size fits all"; deve rispondere ai bisogni specifici dell'individuo, del momento e del contesto.
- Lente della Technology: necessaria per garantire accessibilità e digitalizzazione delle informazioni, rendendo i servizi di benessere fluidi e privi di attrito.
- Lente del Wellbeing: l'unica capace di trasformare l'ambiente di lavoro in un luogo dove empatia, relazione e ascolto sono la norma.

Guardare il benessere con queste lenti significa passare da una leadership di comando a una di fiducia e trasparenza, dove la struttura organizzativa diventa l'abilitatore della libertà individuale. Non solo, è così che abilitiamo ogni persona a far crescere la propria azienda mentre abilitiamo ogni organizzazione a innovare grazie alle proprie persone. Un circolo virtuoso che è diventato il nostro manifesto di valore.

Tra le attività formative di corporate learning di cui si occupa "Radical HR", di cui sei stato fondatore, c'è anche quella dedicata ai "Corporate Wellbeing Designer". In tanti hanno ormai compreso la portata e la necessità strategica associabile ad un più elevato benessere dei collaboratori. Ne deriva, però, la necessità di disporre di manager che abbiano delle competenze specifiche su questo tema tutt'altro che semplice. Quali sono le principali sfide e le opportunità connesse allo sviluppo di policy legate al benessere individuale e collettivo?

In Radical HR formiamo queste figure curando percorsi di change management e Academy, perché sappiamo bene che queste competenze non si improvvisano. La sfida principale che emerge dalla nostra recente ricerca "Corporate Wellbeing 2025" è l'assenza di una leadership consapevole: solo in tre organizzazioni su dieci il Corporate Wellbeing è una priorità reale del vertice. In questo scenario, ci scontriamo quasi sempre con l'"accidental manager": figure che, secondo i dati, rappresentano il 70% dei manager in Italia, promossi per competenze tecniche, ma senza aver mai ricevuto una preparazione formale per guidare i team, generando costi enormi in termini di turnover e disengagement. La vera opportunità che i Corporate Wellbeing Designer possono cogliere oggi è invece legata alla "Professional Longevity", altro Future of Work Trend 2026. Poiché le persone lavoreranno per sessanta anni o più, il benessere e il reskilling continuo diventano la "manutenzione" fondamentale e strategica per mantenere l'employability, la rilevanza e il senso di scopo lungo intere decadi di trasformazioni.

Che suggerimento si potrebbe dare alle Direzioni del Personale per innovare ed irrobustire i piani di Welfare Aziendale?

Le Direzioni del Personale devono smettere di gestire il welfare come una lista passiva di benefit standardizzati: è un modello inefficiente che genera spreco e scarso impatto. In un'Agentic

"Integrare welfare aziendale e benefici pubblici significa riconoscere che l'azienda non è un'isola, ma un organismo interdipendente con il proprio territorio".

Organization, il welfare deve diventare intelligente: deve "trovare" la persona nel momento del bisogno. L'HR deve evolvere in un "People Scientist" che, analizzando i dati reali, propone soluzioni (dal supporto al caregiving al financial wellbeing) prima ancora che il dipendente le cerchi. Questo trasforma il piano di welfare da costo accessorio a infrastruttura strategica: una manutenzione costante che abilita la "Professional Longevity" e riduce l'attrito organizzativo. Meno scelte generiche, più impatto misurabile sulla vita delle persone.

Che ruolo può avere l'integrazione dei "Public Benefit" (bonus e agevolazioni di fonte statale, regionale e comunale) nel quadro delle iniziative di sostegno al reddito dei lavoratori?

Integrare welfare aziendale e benefici pubblici significa riconoscere che l'azienda non è un'isola, ma un organismo interdipendente con il proprio territorio. Il nostro purpose in Radical HR è proprio questo: abilitare ogni organizzazione a innovare grazie alle proprie persone. Prendiamo come esempio il "Financial Wellbeing", oggi la dimensione del benessere meno sviluppata nelle aziende italiane: in 3 aziende su 10 non viene dedicata assolutamente nessuna iniziativa a questo tema. Lo stress economico genera una pressione psicologica che influisce direttamente sulla concentrazione e sul benessere mentale delle persone al lavoro. Integrare i Public Benefit con il welfare interno per sostenere il reddito riduce questa pressione, permettendo ai talenti di lavorare sereni e generando un impatto diretto, misurabile e positivo sulla stabilità e sulla produttività dell'intera azienda.

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](#)
- Contatti: info@bonoos.it

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