

WELFARE AZIENDALE E NUOVI MODELLI DI LAVORO

Intervista a **ANTONIA VENUTO**, co-founder e direttore dello sviluppo commerciale di Take Mi Home

Di Francesco Limone*

PER LA RUBRICA The Human Factor, in collaborazione con Digit'Ed, intervistiamo Antonia Venuto, co-founder e direttore dello sviluppo commerciale di Take Mi Home, alla guida di una startup che sta sostenendo lo sviluppo dei servizi alla persona nell'ambito del welfare aziendale, innovando al tempo stesso il modello delle imprese piattaforma.

Antonia, siete nati con lo scopo di offrire servizi alle persone, ma ora le imprese vi hanno notato e state diventando una realtà di interesse per il welfare aziendale. Qual è la sua visione su questo tema di crescente attenzione per le imprese.

Il welfare aziendale è un trend ormai consolidato e in forte crescita. I dati mostrano un mercato che vale oltre 3,3 mld di euro e coinvolge circa sei milioni di lavoratori. Finora, però, spesso è stato interpretato come mero strumento economico – voucher o buoni – più che come leva per il benessere reale delle persone. Oggi si intravede una svolta: le

aziende più lungimiranti stanno investendo in servizi capaci di incidere concretamente sulla qualità della vita dei dipendenti, sul benessere fisico e psicologico, andando oltre la logica della monetizzazione. È questo il cambiamento che auspico e che vedo emergere. Dunque, pensare il welfare non come benefit 'passivo', ma come strategia attiva delle imprese. Offrire un voucher è relativamente semplice; immaginare un piano strutturato di servizi esperienziali richiede invece un ruolo attivo da parte dell'azienda e delle sue risorse umane. I veri esempi di welfare sono quelli costruiti attraverso studi e strategie Hr, che creano esperienze personalizzate capaci di rafforzare l'identità aziendale, legare maggiormente i dipendenti e incrementarne produttività e motivazione.

Molte delle imprese che perseguono un cosiddetto modello di business 'piattaforma', soprattutto multinazionali, vengono criticate per il rapporto datore-lavoratore. Esiste una strada per uno sviluppo sostenibile?

Noi siamo nati come piattaforma b2c, business to consumer, con l'obiettivo di rispondere all'esigenza sempre più diffusa di prendersi cura di sé abbattendo i vincoli di tempo e luogo. Attraverso la nostra piattaforma rendiamo disponibili a domicilio servizi di benessere offrendo ai clienti il bene più prezioso: il tempo. È stato naturale incontrare le imprese: i lavoratori sono il nostro target principale, e così il nostro modello è diventato uno strumento di welfare aziendale.

Take Mi Home è a tutti gli effetti una piattaforma, ma con una grande differenza: abbiamo strutturato un mercato che è invece spesso destrutturato, talvolta sommerso. Tutti i nostri professionisti sono selezionati, qualificati e operano come liberi professionisti con partita Iva, garantendo tracciabilità e legalità dei pagamenti. Offriamo flessibilità totale: ciascun collaboratore gestisce autonomamente le proprie disponibilità. Questo ha consentito a molte persone – ad esempio mamme con figli piccoli o professionisti penalizzati dal Covid – di continuare a lavorare conciliando vita privata e professionale.

La nostra piattaforma rappresenta anche un modello di lavoro inclusivo: chiunque abbia la qualifica e la professionalità necessaria può esercitare la propria attività in modo autonomo e regolamentato. Questo approccio si è rivelato particolarmente importante dopo la pandemia, quando molti professionisti

Digit'Ed è il polo di riferimento in Italia per la formazione delle imprese e uno dei maggior player a livello europeo con oltre 400 professionisti, 13 sedi in tutta Italia, più di 5.000 aziende clienti e un network di 1.300 docenti di estrazione manageriale e accademica.

Scopri di più





Antonia Venuto,
co-founder e direttore
dello sviluppo
commerciale
di Take Mi Home

del settore, a causa della chiusura di negozi e centri estetici, si sono trovati improvvisamente senza prospettive. Grazie a Take Mi Home hanno potuto continuare a svolgere la propria professione, mantenendo un contatto diretto con il mercato e preservando così competenze e occupazione. Non vogliamo limitarci a offrire una vetrina digitale: accompagniamo i professionisti nel loro percorso di crescita, fornendo strumenti, convenzioni con istituti formativi e supporto gestionale, dall'assicurazione al commercialista. L'obiettivo è trasformare ciascun collaboratore in imprenditore di sé stesso. Non tutti hanno le competenze o le risorse per avviare un'attività autonoma: noi offriamo un contesto sicuro e accessibile per farlo. È un modo nuovo di intendere il lavoro, che va oltre il binomio dipendente-datore di lavoro. In un mercato del lavoro precario, dare a persone che rischiano l'esclu-

sione la possibilità di esprimere il proprio talento è fondamentale. Take Mi Home non è solo una piattaforma: vuole essere un acceleratore di imprenditorialità diffusa, un abilitatore che rende democratico l'accesso al lavoro autonomo.

Abbiamo parlato di questa relazione, quasi non pianificata, con le imprese, per attuare lo scopo con cui siete nati. Cosa state cogliendo attraverso questa esperienza? Cosa cerca l'impresa, cosa trova il dipendente?

Le aziende sono sempre più consapevoli che il dipendente deve essere al centro. Oggi non si limitano a 'millantare' attenzione al benessere, ma cercano davvero di costruire esperienze che incidano positivamente sulla vita delle persone. Certo, c'è ancora smarrimento e ogni realtà cuce su misura la propria strategia, ma la direzione è chiara.

Questa nuova centralità si concretizza con servizi che impattano direttamente sul benessere psico-fisico e che possono essere fruiti anche durante l'orario di lavoro. È un punto cruciale: se l'attività è extra, diventa un impegno ulteriore; se invece è integrata nella giornata lavorativa, si trasforma in un segno tangibile di attenzione. Massaggi, fisioterapia, sessioni di yoga, percorsi nutrizionali o mindfulness non sono 'plus' marginali, ma strumenti che aumentano retention e motivazione. Alcune aziende ci coinvolgono anche per attrarre i dipendenti in ufficio, rafforzando i legami e l'identità aziendale, soprattutto in sedi periferiche o dopo un trasferimento. Il welfare esperienziale può essere una leva decisiva. Si tratta di ridisegnare il rapporto tra impresa e dipendente, generando benessere condiviso e circoli virtuosi. In Take Mi Home crediamo che il lavoro non debba essere soltanto prestazione, ma occasione di crescita personale e collettiva. Ed è proprio qui che welfare, piattaforma e impatto sociale si incontrano.

Le aziende, dunque, non si limitano più a parlare di benessere: lo trattano come una componente strategica del proprio vantaggio competitivo.

Chi riesce a trasformare i valori in pratiche organizzative misurabili costruisce culture aziendali più solide, attrattive e resilienti. ■

**Professore 24ORE Business School,
Co-Founder Humanistic ESG society benefit*