



Se il lavoratore è felice il merito è di un manager

SI CHIAMA **CHIEF HAPPINESS OFFICER**. IN AMERICA C'È DA TEMPO, IN ITALIA MUOVE I PRIMI PASSI. IL SUO COMPITO È QUELLO DI RENDERE PIÙ PRODUTTIVI I DIPENDENTI. A PARTIRE DAL COLORE DELL'UFFICIO

di **Giuliano Aulfi**



è quello che spiegano, nel saggio *Chief Happiness Officer* (Franco Angeli, pp. 256, euro 27) la sociologa Daniela Di Ciaccio e la filosofa Veruscka Gennari, cofondatrici dell'*Italian Institute for Positive Organizations* (IIPO). «Oggi è demotivato l'85 per cento dei dipendenti, secondo indagini della società americana di analisi e consulenza Gallup in tutto il mondo. Di conseguenza sono in media meno produttivi del 18 per cento. Quando invece si è felici sul lavoro la produttività aumenta del 37 e la capacità di innovare del 300» spiega Di Ciaccio. Per rendere più resilienti le organizzazioni, il "manager del sorriso" (dal 2019 esiste anche la prima cer-

+37%
l'aumento della produttività quando si è felici sul lavoro

I **L TERMINE** *Chief Happiness Officer*, in pratica "manager del sorriso", qualifica una professione che, nata negli Usa anni fa, sta muovendo i primi passi anche in Italia. Il nome potrebbe far venire in mente gli insistenti animatori da villaggio turistico, o addirittura *Heinz il galvanizzatore*, bizzarro personaggio delle *Sturmtruppen* di Bonvi che appiccava il fuoco ai pantaloni dei soldati più indolenti per tenere alto il morale delle truppe. In realtà il *Chief happiness officer* dovrebbe essere un esperto di una presunta scienza della felicità – materia interdisciplinare che unirebbe psicologia, economia, neuroscienze – in grado di trasformare un'azienda in una "organizzazione positiva", ovvero un luogo dove i singoli si sentono realizzati perché messi in grado di esprimere appieno le loro potenzialità. Almeno questo

tificazione in questo senso, rilasciata da IIPO e 2BHappy Agency) ascolta i lavoratori. «È questo uno dei motivi per cui le organizzazioni "positive" hanno risposto meglio al lockdown. Creare una cultura di dialogo e fiducia rende più attrezzati a gestire lo *smart working*» spiega Di Ciaccio. «Certe aziende pensano che basti dare il portatile al dipendente, mentre i "manager del sorriso" sanno cogliere i veri bisogni dello *smart worker*. Ad esempio la necessità di qualcuno che intrattenga i bambini. Un esempio virtuoso è la multinazionale Biogen: ha organizzato con l'associazione Dynamo Camp delle attività di webinar e gioco per i figli dei dipendenti, che così hanno potuto telelavorare senza stress». Per i più grandi, invece, si punta su sfide di cucina e tornei di calcetto. O sul dipingere le pareti dell'ufficio di colori rilassanti. Sperando che basti a strappare un sorriso. □

La copertina di *Chief Happiness Officer* di **Daniela Di Ciaccio** e **Veruscka Gennari** (FrancoAngeli, pp.256, euro 27)

