

# MANAGER della felicità

Li forma **2BHappy**, una **Culture Company** che divulga la **cultura della felicità in azienda** e forma specialisti che, con il loro lavoro, finiscono per promuovere anche il **benessere economico delle aziende**

## PROFESSIONE:

manager della felicità. E sì, esistono davvero. In Italia gli Chief Happiness Officer sono già più di 400 per la gioia (letteralmente...) di impiegati e aziende. In un'epoca all'insegna del burnout, dove persino il governo ha legiferato in materia di stress sul lavoro, loro sono gli "anticorpi" di cui avevamo bisogno. A formarli è la 2BHappy: non un'agenzia, bensì una Culture Company, fondata nel 2015 da Daniela Di Ciaccio e Veruscka Gennari. La sua mission è appunto divulgare la cultura della felicità in azienda e formare specialisti che, con il loro lavoro, finiscono per promuovere anche il benessere economico delle aziende. Sarà banale dirlo ma un impiegato felice rende di più e meglio. Tutto sta nel capire come si è felici: un dilemma che interroga l'umanità fin dalla notte dei tempi. A scioglierlo, per lo meno dal punto di vista imprenditoriale, è Daniela Di Ciaccio.

### Dove ha trovato la risposta?

La felicità non è solo un'emozione: può essere anche una competenza e, come tale, possiamo imparare a esercitarla, sia individualmente sia come team e come società. Non a caso una delle discipline emergenti, sulla quale si basa la nostra attività di divulgazione e formazione, è la Scienza della felicità.



### Qual è la differenza tra felicità e soddisfazione?

La prima attiene al significato, la seconda ai fattori igienici del lavoro. Le faccio un esempio. Se chiedi a un impiegato cosa lo renderebbe felice, mediamente ti risponde: più soldi, più ferie, più benefit. Questa è la soddisfazione. Se però gli chiedi cosa lo ha reso felice la settimana scorsa, la maggior parte parlerà della piacevolezza di stare con i colleghi, dell'impatto positivo che ha avuto un suo lavoro o di un elogio ricevuto. Questa è la felicità: attiene al significato del proprio lavoro e alle relazioni connesse.

### Perché è meglio?

Perché è più durevole. E quindi più conveniente. L'effetto di una promozione ha una durata limitata sulla voglia di lavorare: un anno, un anno e mezzo. Dopodiché si torna al set point iniziale e si cercano nuovi incrementi. Lo stesso vale per i benefit: nelle persone scatta un atteggiamento edonico per cui, a un



certo punto, si danno per scontati e si cercano rinforzi continui. Invece le relazioni e la soddisfazione agiscono a un livello più profondo e non sono legati alla logica del "ne voglio sempre di più". Lavorare sulle leve dell'Essere, valorizzando le persone e mostrando i risultati del loro lavoro, aiuta anche a tenere i talenti in azienda.

### Che tipo di accoglienza ha avuto 2BHappy?

All'inizio solo risatine e porte in faccia. Il fatto stesso di parlare di felicità mette in agitazione l'interlocutore, se poi la si associa all'ambito aziendale suona quasi come un ossimoro. Siamo cresciuti con l'idea che il lavoro è prima di tutto travaglio e sacrificio: solo pochi fortunati lo vivono come vocazione. Quindi all'inizio è stata tosta. Solo cinque, sei aziende ci hanno dato retta in virtù dell'esperienza pregressa: per anni sia io che Gennari abbiamo lavorato per Six Seconds, interagendo come consulenti con molte società. Sapevano che eravamo delle persone razionali, orientate alla prestazione, quindi ci hanno dato fiducia. Questo ci ha permesso di prototipare.

### Quando è arrivata la svolta?

Nel dicembre 2016, quando l'Onu ci ha invitato a parlare dei casi italiani prototipati in occasione della presentazione

del World Happiness Report: una ricerca che le Nazioni Unite conducono annualmente. Di solito la nostra stampa la riduce alla classifica delle città più felici, in realtà è un'analisi che fornisce indicazioni preziose per orientare la politica pubblica dei singoli Stati. Decisiva è stata anche la collaborazione con Franco Angeli Editore, per il quale abbiamo scritto diversi saggi, come "La scienza delle organizzazioni positive". La visibilità acquisita ci ha permesso, nel 2019, di mettere a punto la prima certificazione italiana in Chief Happiness Officer. Abbiamo fondato l'IIPO (Italian Institute for Positive Organizations): il nostro organo divulgatore che rilascia l'attestazione.

### Com'è possibile che abbiamo bisogno di un manager per essere felici?

In parte è un'eredità biologica. Per milioni di anni l'uomo ha vissuto costantemente in allerta, per individuare i pericoli nascosti nell'ombra. L'istinto di sopravvivenza ci ha reso particolarmente bravi a cogliere più le minacce che non la bellezza attorno a noi. Questo "bias della negatività" si va poi a innestare in una società frenetica, ad alto contenuto di cortisolo (l'ormone dello stress) e piena di notizie catastrofiche. Da qui, la difficoltà ad avere comportamenti che promuovono la felicità. ▼

