

L'INTERVISTA / MONICA GARBANI / esperta di formazione e Chief Happiness Officer

«La felicità non è un optional, le aziende ne hanno bisogno»

Roberto Giannetti

I nuovi modelli di gestione aziendale mettono sempre più l'accento sulla valorizzazione delle persone. Ne abbiamo parlato con l'esperta Monica Garbani.

Lei ha una formazione di Chief Happiness Officer (CHO). Quali sono i compiti di questa funzione all'interno di un'azienda?

«Il CHO è un professionista esperto in organizzazioni positive che possiede le competenze e le abilità necessarie per accompagnare organizzazioni, team e persone in un processo di miglioramento. Il CHO guida questo importante e inevitabile cambiamento attraverso un approccio integrato per favorire la transizione delle organizzazioni dal modello organizzativo attuale al modello culturale delle organizzazioni positive. Lo fa facendo interagire tra loro i processi organizzativi, i comportamenti e la cultura aziendale in modo da generare coerenza e fare del benessere una solida strategia organizzativa».

Come agisce all'interno delle strutture?

«Il CHO vede le organizzazioni come un organismo vivente, complesso e in continuo cambiamento. In azienda osserva, analizza, sceglie, sviluppa, gestisce e implementa pratiche e processi adeguati, misurando e verificando costantemente i cambiamenti ottenuti. Per fare questo utilizza i principi della scienza della felicità perché conosce il valore delle persone e applica i principi del funzionamento umano in sistemi complessi».

Come è nata questa "scienza"?

«La scienza della felicità è una disciplina giovane e nasce dalla convergenza e dall'integrazione di contributi che provengono da scienze quali la biologia, la fisica quantistica, l'economia, la psicologia positiva, la filosofia e alcune discipline orientali. Le ricerche prodotte in questo campo hanno dimostrato la neuroplasticità del cervello evidenziando che può essere allenato a nuovi schemi



Le imprese dovrebbero cercare modelli di gestione che ottengano risultati positivi sia per gli individui sia per l'azienda. ©SHUTTERSTOCK



«La nuova disciplina di management vede le organizzazioni come un organismo vivente e mette al primo posto il valore delle persone

di pensiero. In pratica con semplici azioni ben calibrate si può costruire la propria felicità, per questo la felicità è considerata una competenza che può e deve essere allenata. Attualmente diverse famose università e business school nel mondo, quali Harvard, Berkeley e Stanford, offrono ai loro studenti percorsi inerenti alla scienza della felicità come "Happiness management" o "Positive organisation».

Quali sono gli obiettivi e gli strumenti principali sui quali bisogna puntare per applicare questi principi in una impresa?

«L'obiettivo principale è l'evoluzione dell'azienda in un'organizzazione positiva con un modello culturale orientato alla positività e capace di generare e rendere sostenibili nel tempo dei luoghi in cui le persone possano fiorire ed esprimere le loro potenzialità in relazione con gli altri, in modo da ottenere risultati positivi sia per l'individuo sia per l'azienda. Per raggiungere questo obiettivo il CHO lavora e cura quattro dimensioni organizzative: quella culturale che orienta l'organizzazione verso un proposito forte ed ecosistemico che crei un impatto ecologico e sociale; quella del benes-

sere e della felicità come strategia organizzativa coerente; quella dei leader positivi, in grado di far crescere il proprio team; quella organizzativa che sceglie e gestisce i processi e le pratiche aziendali adeguate in modo da generare coerenza e benessere».

Quali sono i motivi per i quali un'azienda in genere decide di ricorrere alla consulenza o di nominare un Chief Happiness Officer?

«Le aziende che introducono questa figura sono coscienti che prendersi cura del capitale umano è una strategia vincente. Con l'intervento di un CHO si ha un impatto immediato sul benessere dei collaboratori con il relativo aumento della motivazione e del senso di appartenenza. Più a lungo termine si aumentano efficienza, innovazione e produttività. Scegliendo e implementando pratiche adeguate il CHO aiuta a sviluppare all'interno dell'organizzazione valori come fiducia, inclusività, rispetto, coerenza e collaborazione».

Esistono studi che dimostrano il miglioramento delle performance aziendali?

«Ci sono numerosi studi che si sono occupati di questo argo-

mento. Ad esempio il rapporto Gallup "State of the global Workplace" ci dice che l'87% dei lavoratori nel mondo è demotivato, con una perdita di produttività pari a 500 miliardi. Gli studi sulle organizzazioni positive confermano invece che questo tipo di modello ottiene risultati superiori alle aspettative come l'aumento del 300% della capacità di innovare (HRB), del 44% di senso di appartenenza (Gallup), del 37% sulle vendite e del 31% sulla produttività (S.Anchor)».

Il management all'interno di questi processi gioca un ruolo fondamentale, anche perché in un certo senso deve vedere arginato il proprio potere. Qual è il ruolo dei dirigenti nel favorire i cambiamenti necessari?

«Il ruolo dei dirigenti è fondamentale. Non esistono organizzazioni positive senza leader positivi, i quali sono in grado di sostenere e guidare i collaboratori e l'azienda attraverso le sfide che devono affrontare. Vengono formati per questo e sanno creare relazioni di fiducia tra e con i collaboratori, favoriscono la responsabilità individuale, la crescita personale e l'innovazione. In poche parole sono in grado di far crescere il proprio team».

Come spiega Renato Usoni, CEO del Gruppo Riri: «Siamo lieti di accogliere Amom all'interno della famiglia Riri. La nuova acquisizione rientra in una strategia corporate volta ad aumentare le nostre dimensioni, il range di prodotti e le competenze tecniche necessarie a rispondere rapidamente alle esigenze del mercato, continuando a garantire i più alti standard qualitativi, naturalmente in continuità con la tradizione artigianale e manifatturiera dell'azienda, inestimabile patrimonio del Made in Italy».

Il gruppo Riri cresce nel settore lusso

TICINO / La società di Mendrisio leader nella produzione di cerniere ha rilevato l'italiana Amom

Riri consolida la sua posizione nel settore degli accessori lusso, acquisendo nuove competenze e capacità produttive ed estendendo la sua offerta al mercato dei bijoux.

La società con sede a Mendrisio, leader nella produzione di cerniere e bottoni, ha ri-

levato la Amom, azienda con sede a Badia al Pino in provincia di Arezzo, nel cuore del distretto toscano dell'alta moda, che da oltre 60 anni produce minuterie metalliche, bigiotteria e accessori per il settore calzatura, pelletteria e abbigliamento.

Si tratta di un passo impor-

ante verso la creazione di un unico centro d'eccellenza dedicato alla progettazione, sviluppo e produzione di accessori per l'alta moda attraverso l'ampliamento della linea di prodotti, che comprende ora zip, bottoni, componenti metallici e bijoux, pelletteria e abbigliamento. L'azienda è strut-

turata per eseguire internamente la maggior parte delle lavorazioni, tra cui pressofusione, stampaggio, tranciatura, saldatura, taglio laser, smaltatura, verniciatura e galvanica. Tra i punti di forza c'è anche l'ampio showroom in cui è esposta una collezione di oltre 100 mila articoli.

1 minuto

Criptovalute, nuova stretta di Pechino



Il bitcoin perde l'8%

Il Governo cinese adotta misure drastiche nella lotta alla speculazione con criptovalute. Ieri la People's Bank of China ha vietato alle istituzioni finanziarie e ai fornitori di servizi di pagamento di fare affari con le criptovalute. Questo include l'apertura di conti o l'elaborazione di transazioni. Le criptovalute sono state a lungo una spina nel fianco della leadership cinese, che sta lavorando a una versione digitale della sua valuta, lo yuan. Ieri il bitcoin è sceso dell'8% a 33 mila dollari, dopo aver toccato un minimo di giornata a 31.700 dollari. Il massimo storico è stato toccato nello scorso aprile a quasi 65 mila dollari.

Fondo monetario, buoni voti alla Svizzera



Ripresa solida

L'economia svizzera ha resistito relativamente bene alla crisi causata dalla pandemia di coronavirus, grazie alle misure di sostegno e a una politica monetaria accomodante, ha indicato il Fondo monetario internazionale (FMI). L'organizzazione ha confermato le sue previsioni di crescita per quest'anno e il prossimo. Secondo l'FMI, il PIL svizzero dovrebbe crescere del 3,5% quest'anno e del 2,8% l'anno prossimo.

IMPACT HUB E BAK

Impact Hub Ticino annuncia la collaborazione con BAK Economics Lugano per la promozione sul territorio del programma nazionale Swiss Triple Impact (STI) nelle imprese ticinesi. Il programma STI è un'iniziativa di B Lab Switzerland con il supporto della Direzione dello sviluppo e della cooperazione (DSC) e altri partner e ha l'obiettivo di accelerare e sostenere il percorso delle aziende svizzere verso un modello economico più sostenibile. L'obiettivo di Swiss Triple Impact è di mobilitare 3.000 aziende in Svizzera entro 3 anni per agire a favore degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs).

FONDI POCO «VERDI»

La domanda di prodotti finanziari «verdi» è aumentata negli ultimi anni. Ma molti investimenti etichettati come «eco» non soddisfano tale requisito. È la conclusione cui giunge uno studio condotto dalla società di consulenza Inrate per conto di Greenpeace. Lo studio ha analizzato 51 fondi «sostenibili». I risultati sono stati «deludenti», secondo un comunicato diffuso ieri.