

# LA FELICITÀ È UNA COMPETENZA

Intervista a Carlotta Zarattini, Co-Founder e CHO Impact Hub Ticino, e a Samia Parise, CHO di AIL SA.



**CARLOTTA ZARATTINI**  
Co-Founder e CHO Impact  
Hub Ticino



**SAMIA PARISE**  
CHO di AIL SA

Il mondo imprenditoriale sta attraversando un'importante trasformazione: sempre più aziende comprendono che il successo non è solo una questione di ritorno economico, ma che è fondamentale perseguire obiettivi di impatto tangibili. Questi obiettivi non solo contribuiscono ad un mondo migliore, ma anche a far sentire le persone allineate e motivate sul lavoro. Un trend confermato anche dalle nuove generazioni, che sempre di più scelgono l'azienda per cui lavorare non solo in base al salario, ma anche, e soprattutto, in base alla loro missione. In questo contesto emergente, svolge un ruolo fondamentale la figura del Chief Happiness Officer (CHO), sempre più riconosciuta anche in Ticino. Intervistiamo due tra le prime CHO certificate in Ticino: Samia Parise, di AIL Sa, e Carlotta Zarattini, di Impact Hub Ticino.

**Partiamo dallo sfatare il primo grande ostacolo: Chief Happiness Officer, ovvero la persona responsabile della felicità. Ma la felicità non è principalmente legata agli aspetti emozionali e intrinseci della persona?**

**Samia Parise:** La felicità è un concetto complesso che non può essere ridotto esclusivamente agli aspetti emozionali e intrinseci della persona. La scienza della felicità, che cerca di spiegare la natura della felicità, ne identifica di due tipi: quella edonica e quella eudaimonica.

La felicità edonica deriva dal piacere momentaneo (emotivo e/o fisico) che si prova in determinate cir-

costanze o nel fare determinate azioni. In questo contesto, le emozioni sono viste come fugaci, intense ma transitorie. Ma c'è un altro tipo di felicità, quella eudaimonica, che porta un nuovo punto di vista, molto più interessante. Questo approccio vede la felicità nella realizzazione personale, nelle relazioni interpersonali, nella partecipazione alla vita comunitaria e persino nel soddisfacimento dei bisogni spirituali. È la felicità intesa come scopo della vita, e come fondamento dell'etica. Una felicità che non è quindi vista come qualcosa di passivo che capita, ma come un processo attivo e consapevole che richiede un impegno continuo. Sono le persone che decidono ogni giorno di essere felici, adottando comportamenti e abitudini che favoriscono il benessere su tutti i livelli. La felicità diventa quindi una competenza, che come tale può essere allenata.

**Carlotta Zarattini:** Studi scientifici dimostrano che possiamo influenzare il 50% della nostra felicità tramite scelte consapevoli, mentre solo il 40% dipende dalla genetica e il 10% dalla situazione di vita. La figura del CHO gioca un ruolo cruciale nell'influenzare quel 50%!

**Perché un'azienda dovrebbe investire nella felicità di collaboratrici e collaboratori?**

**Carlotta Zarattini:** Le persone felici sono più performanti. Numerosi studi lo dimostrano. Quando le persone si sentono bene sul posto di lavoro, sono più motivate, creative e produttive, e sviluppano un senso di appartenenza che crea maggiore fidelizzazione e impegno. Oltre a performance migliori, tutto ciò diminuisce i costi legati al turnover e garantisce il successo a lungo termine dell'azienda.

**Samia Parise:** Prendersi cura delle persone è sempre più una missione cruciale. Investire nel benessere delle persone non è più un optional, ma una necessità urgente e inevitabile.

**Cosa fa concretamente un CHO?**

**Samia Parise:** Come CHO guidiamo le organizzazioni verso un proposito forte, facendo della felici-

tà una strategia organizzativa coerente. Lavoriamo ogni giorno per creare un ambiente di lavoro positivo e coinvolgente in cui le persone si sentono ascoltate e accompagnate nel far emergere i propri talenti. Il CHO poi ha un ruolo fondamentale nel monitorare l'efficacia delle strategie implementate, comunicando con trasparenza e adattando continuamente le pratiche per rispondere all'evoluzione dell'organizzazione e delle persone.

**Carlotta Zarattini:** Il CHO ha una visione sistemica e integrata dell'organizzazione. Considera le organizzazioni come organismi viventi complessi e adattivi, e le persone nella loro totalità, con bisogni, talenti e valori. Il suo ruolo è quello di accompagnare l'azienda e le persone in questo bellissimo viaggio di scoperta e di crescita.

**Come è la situazione in Ticino riguardo al benessere delle persone che lavorano in un'azienda?**

**Samia Parise:** In Ticino il tema è ancora poco conosciuto. Ci si concentra principalmente sulla Responsabilità Sociale d'Impresa, mentre l'attenzione al capitale umano è spesso trascurata. Tuttavia, alcune pratiche ben calibrate, che non devono per forza essere costose, possono fare la differenza nel coinvolgere le persone e contribuire alla loro felicità.

**Carlotta Zarattini:** Uno degli obiettivi di Impact Hub Ticino è che le aziende del nostro territorio siano più sensibili a queste tematiche e capiscano quanto sia importante mettere al centro le persone, la loro crescita e la loro felicità. Il territorio, composto da tante piccole imprese, spesso a conduzione familiare, credo possa essere fertile per stimolare questo tipo di consapevolezza. Siamo ancora all'inizio, ma i risultati iniziano ad arrivare. Ad oggi siamo in 8 persone residenti in Ticino ad essere CHO certificati e speriamo in futuro questo numero possa crescere e sempre più aziende, grandi e piccole, possano integrare questa figura e darle il valore che merita. Sarebbe bello se il Ticino diventasse un esempio virtuoso, d'ispirazione anche per altri cantoni.

**Come si diventa CHO?**

**Carlotta Zarattini:** In Italia l'Italian Institute of Positive Organisations organizza un percorso molto bello e intenso che permette alle persone di certificarsi Chief Happiness Officer. Sia io che Samia abbiamo seguito questo percorso. Ovviamente non basta un percorso di 3 mesi e un certificato: questo è solo un tassello di un viaggio molto profondo, in cui è fondamentale mettersi continuamente in gioco e allenare una visione sistemica del mondo e della propria organizzazione. Ogni CHO ha un suo



percorso unico e speciale, ma un bisogno comune: quello di essere al servizio di qualcosa di più grande e di aiutare le aziende a mantenere una visione sistemica e olistica.

Insomma, si diventa CHO ogni giorno, mettendo in pratica piccole azioni concrete che valorizzano le persone, le fanno sentire a proprio agio, rendendole ambasciatrici autentiche dei valori dell'azienda per cui lavorano.

**Cosa sono le cose che vi siete portate a casa dal percorso e a chi lo consigliereste?**

**Samia Parise:** Ciò che mi porto a casa è sicuramente una maggior consapevolezza. Questo percorso in continua evoluzione e magia, mi ha permesso di ritrovare un senso profondo nel mio ruolo e in quel che faccio e di avere una connessione ancor più profonda con l'azienda e con colleghe e colleghi, oltre che ottenere una crescita personale importante.

Ciò che desidero, però, è di condividere attraverso azioni concrete ciò che il percorso di CHO mi ha insegnato. Il mio desiderio e la mia ambizione è che tutti possano accogliere ciò che di buono la scienza della felicità può offrire, sia nell'ambito lavorativo che in quello personale e questo potrà essere fatto solo insieme a tutte le collaboratrici e collaboratori di AIL. Manager, HR, CEO, la certificazione CHO fa bene a chiunque, a qualsiasi livello dell'azienda si trovi! Credo che in un futuro non troppo prossimo ogni azienda di successo avrà al suo interno un CHO! ●