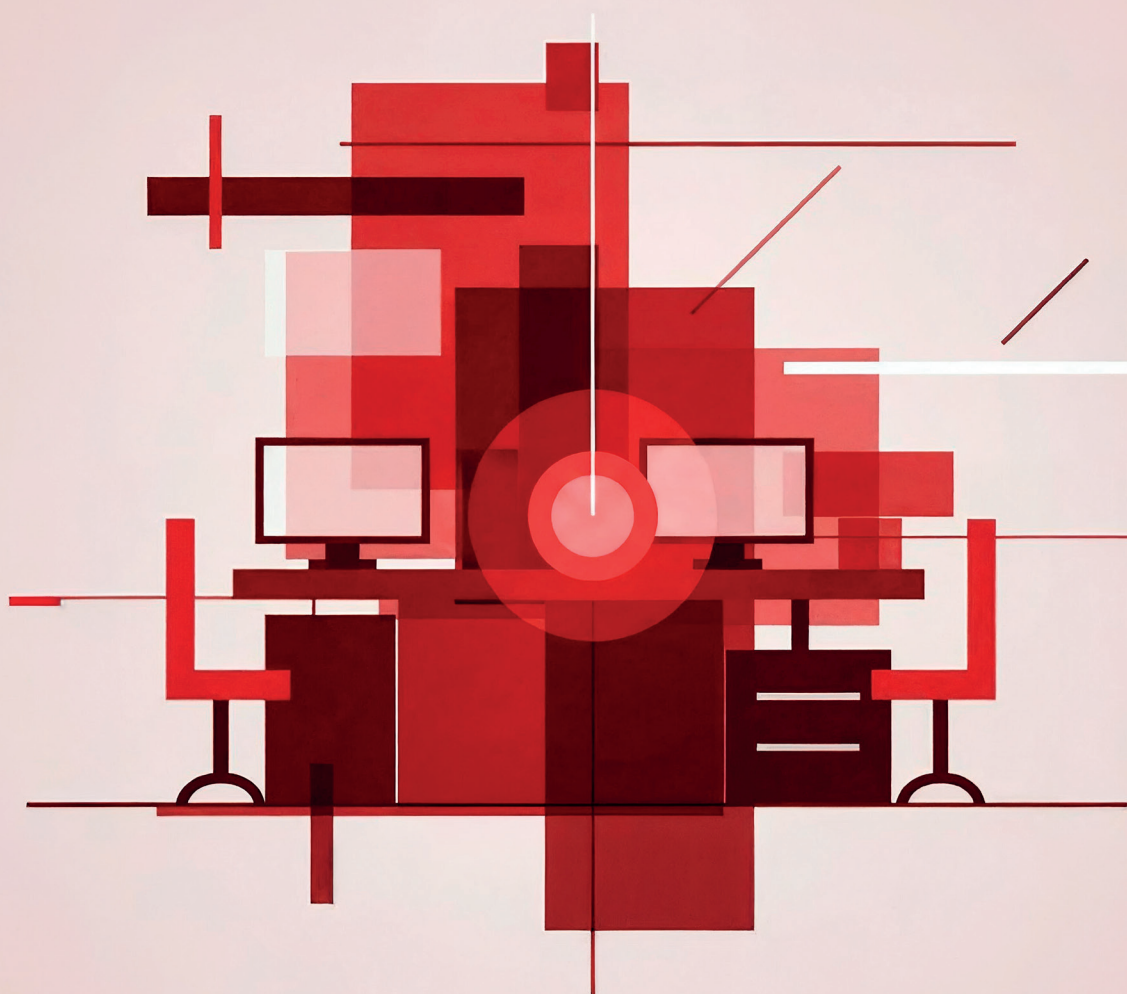


Report Happiness at Work 2025

Analisi tra benessere percepito nella vita e quello percepito
sul proprio luogo di lavoro



Un Report in collaborazione:

OMM
BUSINESS

**Great
Place
To
Work®**

Ascoltare le persone per costruire luoghi di lavoro migliori (e più felici)

Dal benessere alla felicità sul posto di lavoro

Negli ultimi anni, il benessere è emerso come uno dei principali driver di sostenibilità, performance e innovazione nelle organizzazioni.

La pandemia ha accelerato un cambiamento profondo nelle aspettative delle persone nei confronti del lavoro: oggi si cercano ambienti che favoriscano non solo la produttività, ma anche l'equilibrio, l'autenticità e la felicità.

In questo contesto si inserisce **il presente report, che analizza il rapporto tra benessere percepito nella vita (Life Evaluation) – rilevato dal World Happiness Report – e benessere percepito sul luogo di lavoro, misurato attraverso il Trust Index™ e l'Happiness Index sviluppati da Great Place to Work®, e completa il quadro con una serie di approfondimenti e analisi curati da OMM Business.**

I dati analizzati, raccolti in oltre 20 Paesi europei e su centinaia di organizzazioni operanti in Italia, confermano l'esistenza di una correlazione significativa tra qualità della vita e qualità del lavoro. In particolare, emerge come la percezione di lavorare in un "eccellente ambiente di lavoro" sia fortemente associata a più alti livelli di felicità soggettiva.

L'obiettivo del report è duplice:

da un lato fornire una lettura quantitativa e comparativa del benessere lavorativo nei diversi contesti europei; dall'altro, valorizzare le organizzazioni che – investendo in fiducia, ascolto e leadership inclusiva – si fanno promotrici di felicità, non solo all'interno, ma anche all'esterno dell'azienda.

Credits

Il report è stato realizzato dal **Team Data & Analytics di Great Place To Work® Italia e OMM Business**.

I risultati qui presentati derivano dall'elaborazione e dall'analisi di un patrimonio informativo costituito da circa **8 milioni di risposte** ai questionari Great Place To Work®, raccolte nel corso delle attività di indagine e valutazione svolte negli anni 2022 - 2025.

OMM Business è una società italiana che aiuta aziende e professionisti a migliorare il benessere mentale, favorendo focus, resilienza e un ambiente di lavoro più sano, partendo da un approccio che unisce neuroscienze e meditazione. Attraverso il metodo One Minute Meditation®, OMM Business rende la pratica meditativa accessibile a tutti, con benefici immediati e misurabili.

OMM Business è il punto di riferimento per chi vuole trasformare il benessere aziendale in un vantaggio competitivo.

La partnership con Great Place to Work® nasce dalla volontà condivisa di promuovere ambienti lavorativi più umani, consapevoli e generativi.

Unendo la capacità di misurare e analizzare la cultura organizzativa (GPTW) con quella di trasformarla attraverso pratiche di consapevolezza e cura (OMM Business), questa collaborazione vuole offrire non solo dati, ma direzioni. Non solo indicatori, ma strumenti per agire.

Perché oggi più che mai, il lavoro può e deve essere un moltiplicatore di benessere.

Progetto Grafico e copertina: marcomottadesign.it

La metodologia e gli strumenti di analisi Great Place To Work®

La metodologia si basa su oltre 30 anni di ricerche e studi scientifici a livello mondiale, incentrati sull'esperienza delle persone vissuta all'interno delle organizzazioni, ascoltando le opinioni di milioni di collaboratori in tutto il mondo.

Il modello di riferimento mette al centro di ogni processo la persona e deriva dalla definizione di "great place to work" come "un ambiente in cui i dipendenti credono nelle persone per cui lavorano, sono orgogliosi di quello che fanno, e stanno bene con le persone con cui lavorano".

Questa definizione chiarisce bene come ciò che contraddistingue gli ambienti di lavoro eccellenti è la qualità dei rapporti vissuti al suo interno e identifica

3 relazioni fondamentali:

- **tra dipendenti e manager (Credibilità, Rispetto, Equità)**
- **nei confronti del proprio lavoro e dell'azienda (Orgoglio)**
- **tra colleghi (Coesione)**

L'indagine Trust Index™

Il questionario misura l'esperienza dei collaboratori rispetto all'ambiente di lavoro attraverso:

60

Affermazioni standard sulle 5 dimensioni del Trust Index:

6

categorie demografiche standard

2

domande "clustering" a risposta chiusa sulla cultura aziendale

2

domande a risposta aperta su punti di forza e aree di miglioramento

GLOSSARIO:

Per garantire un'analisi coerente e comparabile, il report distingue tra quattro tipologie di aziende, ordinate secondo il livello di maturità organizzativa e cultura manageriale emersa dai dati:

- **Best:** aziende classificate tra i Best Workplaces™ Italia, che rappresentano i contesti organizzativi più evoluti nel Paese.
- **Certificate:** aziende che hanno ottenuto la Certificazione Great Place to Work®, raggiungendo un Trust Index™ di almeno 60.
- **Rest:** aziende che collaborano con GPTW ma che non hanno ancora raggiunto i livelli minimi di Trust Index™ per la certificazione.
Pur non certificate, queste realtà mostrano una sensibilità crescente verso i temi HR.
- **Norma:** la media del mercato italiano, calcolata grazie ai dati raccolti tramite lo European Workforce Study, che ha applicato per la prima volta la metodologia GPTW anche al di fuori delle aziende clienti.

Credibilità

- Comunicazione
- Competenza manageriale
- Integrità

Rispetto

- Sviluppo professionale
- Coinvolgimento
- Benessere

Equità

- Trattamento economico
- Imparzialità
- Diversità

Orgoglio

- Purpose
- Orgoglio di team
- Senso di appartenenza

Coesione

- Confidenza
- Accoglienza
- Collaborazione

Life evaluation

(3 years average – Europe)

Rappresenta la media triennale della soddisfazione di vita nei Paesi europei.

OS

(Overall Satisfaction)

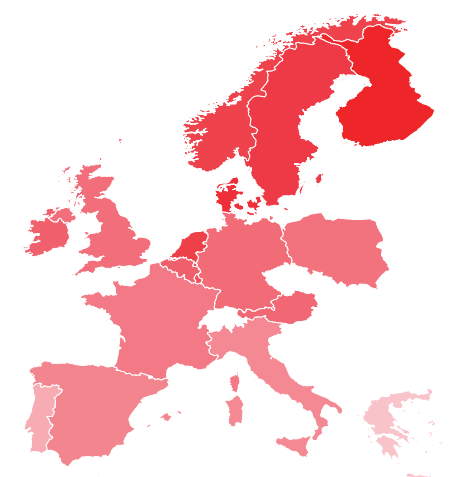
Misura il livello di accordo dei collaboratori con l'affermazione:
"Tutto considerato, direi che questo è un eccellente ambiente di lavoro."

Gli elementi del confronto

Life evaluation

Correlazione tra:

Life Evaluation



57%	Greece	44%
59%	Cyprus	53%
60%	Portugal	54%
64%	Italy	43%
64%	Spain	64%
65%	France	50%
66%	Poland	47%
67%	UK	56%
67%	Germany	64%
68%	Austria	67%
68%	Ireland	60%
69%	Belgium	54%
71%	Luxembourg	56%
72%	Norway	73%
73%	Netherlands	64%
73%	Sweden	68%
75%	Denmark	75%
77%	Finland	65%

Overall Satisfaction



Questa doppia mappa confronta **due indicatori che, pur riferendosi a contesti diversi – uno sociale, l'altro organizzativo – restituiscono una visione coerente del benessere percepito in Europa:**

A sinistra, la Life Evaluation del World Happiness Report, calcolata come media triennale della soddisfazione di vita nei Paesi europei.

A destra, l'indicatore OS – Overall Satisfaction rilevato da Great Place to Work®, che misura il livello di accordo dei collaboratori con l'affermazione:

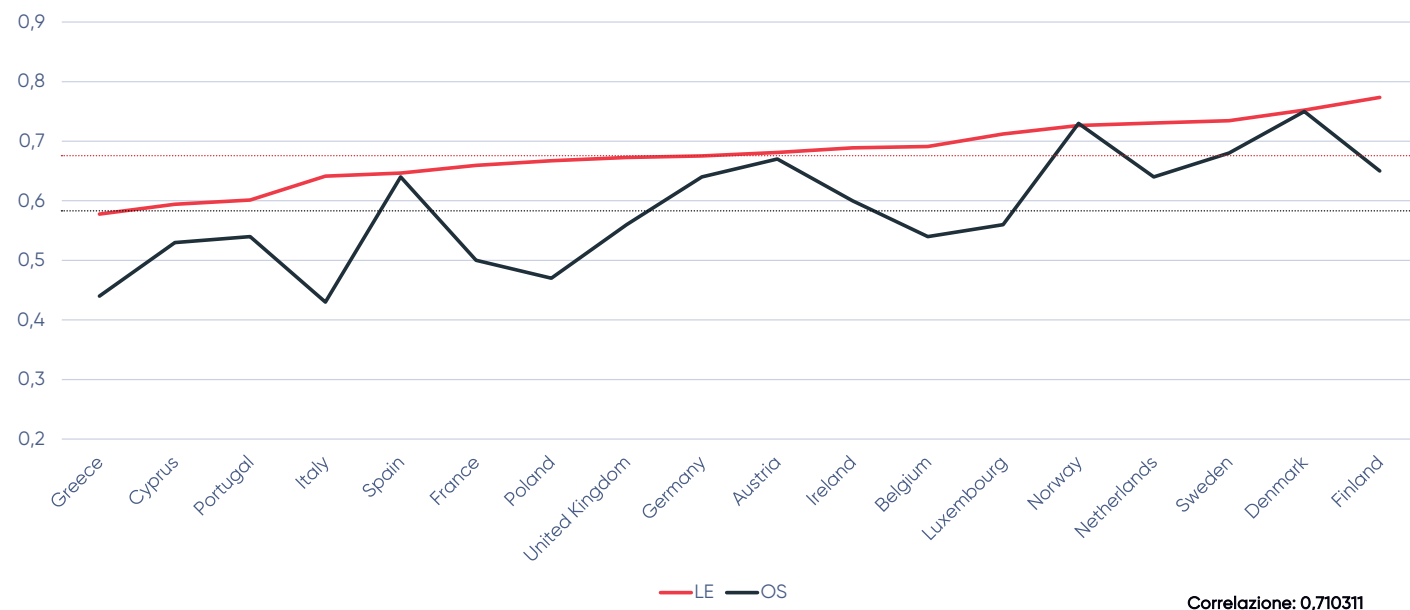
"Tutto considerato, direi che questo è un eccellente ambiente di lavoro."

Dalla mappa emerge una correlazione visiva chiara: i paesi in cui i cittadini dichiarano livelli più alti di felicità

generale (es. Danimarca, Paesi Bassi, Irlanda) sono anche quelli in cui le persone riconoscono con maggiore frequenza l'eccellenza del proprio ambiente lavorativo. All'opposto, nei paesi in cui la valutazione di vita risulta più contenuta (come Italia, Spagna, Grecia), anche la risposta positiva all'Overall Satisfaction tende a essere più bassa. **Questo suggerisce che la qualità dell'esperienza lavorativa si intreccia profondamente con il benessere percepito nella vita in generale.**

La risposta alla semplice ma potente affermazione "Questo è un eccellente ambiente di lavoro" riflette più di una valutazione aziendale: è un indicatore culturale, un segnale che il lavoro può essere – o non essere – un generatore di benessere in una società.

Il lavoro come indicatore di benessere sistemico



Analizziamo nel dettaglio la relazione tra due indicatori:

- la Life Evaluation (LE), ovvero il punteggio medio di soddisfazione di vita rilevato dal World Happiness Report (linea rossa);
- l'Overall Satisfaction (OS) di Great Place to Work®, cioè la percentuale di dipendenti che afferma: "Tutto considerato, direi che questo è un eccellente ambiente di lavoro" (linea nera).

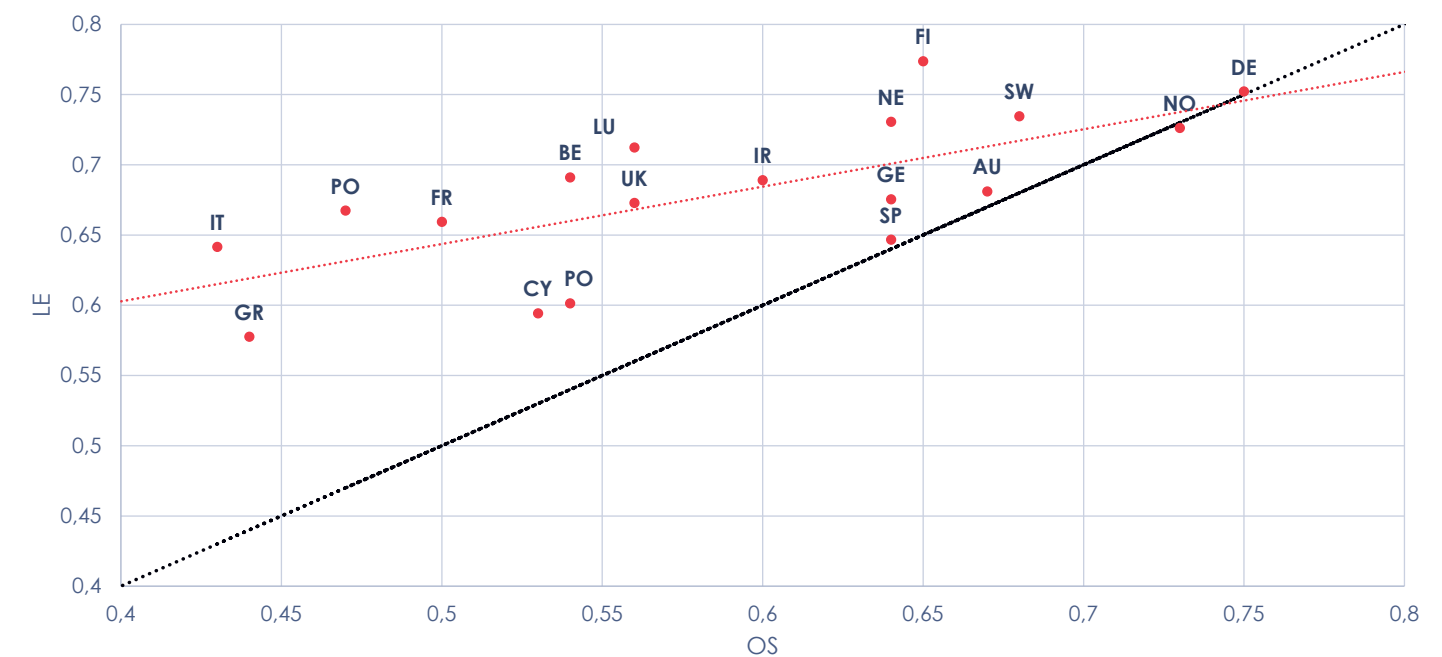
I dati, normalizzati su scala 0-1, confermano una correlazione positiva significativa ($r = 0,710$) tra benessere generale e percezione della qualità dell'ambiente lavorativo nei diversi Paesi europei analizzati.

Cosa emerge dal grafico

Nei paesi in cui la popolazione si dichiara più soddisfatta della propria vita – come Danimarca, Svezia, Paesi Bassi e Finlandia – **la percentuale di collaboratori che riconoscono l'eccellenza del proprio ambiente di lavoro è sensibilmente più alta.**

Al contrario, in contesti come Grecia, Italia e Francia, il valore dell'OS risulta **più volatile e, in alcuni casi, inferiore rispetto alla media**, riflettendo una cultura del lavoro meno centrata su fiducia, ascolto e riconoscimento.

Un legame statisticamente significativo



Il grafico mostra la relazione tra il punteggio medio di soddisfazione di vita (Life Evaluation – asse Y) e l'OS per un campione di Paesi europei.

La linea nera rappresenta la bisettrice: indica i punti in cui i due indicatori sarebbero perfettamente allineati.

La linea rossa tratteggiata è la retta di regressione, che esprime la tendenza generale nei dati.

Implicazioni strategiche

Le aziende operanti in Paesi con basso LE hanno l'opportunità di "compensare" un contesto fragile, investendo attivamente in cultura organizzativa, ascolto e benessere.

L'ambiente di lavoro può diventare un elemento correttivo della felicità collettiva – o, se trascurato, un ulteriore aggravante.

Cosa emerge dal grafico

La regressione evidenzia una correlazione statisticamente significativa tra le due variabili ($r = 0,710$): il benessere percepito nella vita e quello dichiarato sul lavoro tendono ad aumentare insieme. In diversi casi (es. Finlandia, Paesi Bassi, Svezia), l'OS è più elevato rispetto a quanto "previsto" dalla Life Evaluation: qui **il lavoro sembra avere un effetto amplificatore di felicità.**

In altri casi (es. Grecia, Italia, Francia), l'OS è più basso rispetto al livello generale di soddisfazione di vita: un possibile **segnale di fatica strutturale nel contesto organizzativo o culturale.**

Il livello di soddisfazione di vita (LE) si conferma un predittore significativo dell'esperienza lavorativa percepita come eccellente (OS). Le due dimensioni sono interconnesse, anche se condizionate da ulteriori fattori esterni non inclusi nel modello (es. qualità del welfare, contesto normativo-lavorativo, aspettative culturali).

La capacità di relativizzare

Quando cambiare punto di vista non è solo un esercizio mentale, ma un gesto di cura verso di sé

Perché oggi è più difficile stare bene al lavoro

Viviamo in contesti organizzativi sempre più sfidanti: complessità, incertezza, accelerazione tecnologica, nuove forme di lavoro. In questo scenario mutevole, **le fonti di stress aumentano e la capacità individuale di restare centrati diventa cruciale.**

Secondo il World Happiness Report 2024, la percezione soggettiva di benessere è in calo in molti Paesi europei, Italia compresa. E il lavoro gioca un ruolo chiave: i dati di Great Place to Work® 2025 mostrano che **là dove le persone vivono l'ambiente professionale come eccellente, anche la loro soddisfazione complessiva di vita tende a essere più alta.**

Che cos'è la capacità di relativizzare

Relativizzare non significa minimizzare. È **l'abilità di cambiare prospettiva, osservare i problemi da un punto di vista più ampio**, disinnescando la reazione automatica e lasciando spazio a consapevolezza e discernimento.

L'interpretazione degli eventi influenza il nostro vissuto emotivo, allenare la flessibilità cognitiva permette di affrontare situazioni stressanti con maggiore lucidità.

I benefici per persone e organizzazioni

Quando le persone sviluppano questa capacità, cambiano molte cose:

- Lo stress percepito diminuisce
- La regolazione emotiva migliora
- Il dialogo interiore si fa più gentile

Nelle organizzazioni, **questo si traduce in team più coesi, leadership più consapevoli, ambienti più resilienti.** I collaboratori che dichiarano di poter essere autentici e sereni al lavoro riportano un livello di felicità più alto (fino all'82% nei Best Workplaces™ italiani).

Come si allena il cambio di prospettiva

Non è una dote innata: è una pratica. Alcuni strumenti utili:

- **Domande potenzianti:** cosa sto imparando da questa situazione? Sarà rilevante tra sei mesi?
- **Tecniche di meditazione:** osservare pensieri e emozioni senza giudizio favorisce la presa di distanza
- **Dialogo costruttivo:** confrontarsi con colleghi e mentor aiuta a disinnescare i pensieri automatici

Anche le pratiche organizzative fanno la loro parte. Una cultura fondata su fiducia, ascolto e feedback costruttivo facilita il cambio di sguardo.

Un gesto quotidiano di benessere

Relativizzare è un atto radicale e semplice. Non cambia i fatti, ma cambia noi. Allenare questa capacità è una forma di leadership personale. Un modo per costruire ambienti più umani, resilienti e generativi. Non è teoria: è pratica quotidiana. E oggi, più che mai, svilupparla è una questione urgente.



Fonti:

- Beck, A. T. (1976). *Cognitive Therapy and the Emotional Disorders*. New York: International Universities Press.
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J.-E., Aknin, L. B., & Wang, S. (Eds.). (2024). *World Happiness Report 2024*. University of Oxford: Wellbeing Research Centre.

Dalla testa al corpo: la leadership passa anche da qui

Viviamo – e lavoriamo – in un mondo che premia la velocità, l'analisi, l'efficienza. **Ma cosa accade quando ci muoviamo esclusivamente "dalla testa"** restando scollegati da ciò che accade nel nostro corpo? **Questo disallineamento** – tra pensieri, emozioni e sensazioni fisiche – è uno dei fattori che più **contribuisce all'erosione del benessere personale e relazionale in ambito lavorativo.** Per recuperare equilibrio e presenza, serve tornare a casa: nel corpo.

Incarnazione: più di una parola "spirituale"

Nel contesto della meditazione applicata al lavoro, "incarnazione" significa essere presenti nel corpo, sentire il contatto con il pavimento sotto i piedi, accorgersi del ritmo del respiro o delle tensioni che si accumulano. La scienza lo conferma: essere consapevoli del proprio corpo riduce il cortisolo, migliora la regolazione emotiva e aumenta la resilienza sotto pressione. Lavorare incarnati non è un lusso: è una pratica di leadership.

Il corpo non mente

Il nostro corpo reagisce prima della mente. Percepisce segnali sottili, elabora sensazioni che spesso non arrivano alla coscienza ma **influenzano il nostro modo di comunicare, decidere, guidare.** Quando ignoriamo il corpo – e ci affidiamo solo al pensiero razionale – siamo più inclini a reagire per automatismi, a irrigidirci sotto pressione, a perdere empatia e ascolto. **È in questi momenti che il lavoro si trasforma da spazio generativo in fonte di fatica.** Non è un caso che i contesti con una cultura della cura siano anche quelli in cui le persone dichiarano di "sentirsi bene".

Dalla reattività alla centratura

Ecco tre esercizi semplici da integrare nella routine:

- **Body-scan da scrivania:** prima di una riunione,

chiudi gli occhi per 30 secondi. Nota: dove c'è bisogno di rilassarti?

- **Il respiro come ancora:** ogni ora, fai tre respiri consapevoli. Inspira. Espira. Torna a "casa".
- **Check-in fisico:** a fine giornata, chiediti: "Come sta il mio corpo?" senza giudizio, solo ascolto.

Queste micro-pratiche sono semplici, ma non banali.

Creano le condizioni per una leadership che non reagisce, ma agisce da uno spazio di stabilità interiore.

Incarnare il cambiamento

Il benessere sul lavoro non è solo una questione di policy o benefit. È una questione di presenza. Essere leader significa anche avere il coraggio di ascoltare il corpo, riconoscere quando siamo disallineati e riportarci al centro. Perché da lì, e solo da lì, possiamo generare benessere autentico per noi e per gli altri.

"La nostra cultura è diventata una cultura disincarnata.

Ma la mente non è tutto.

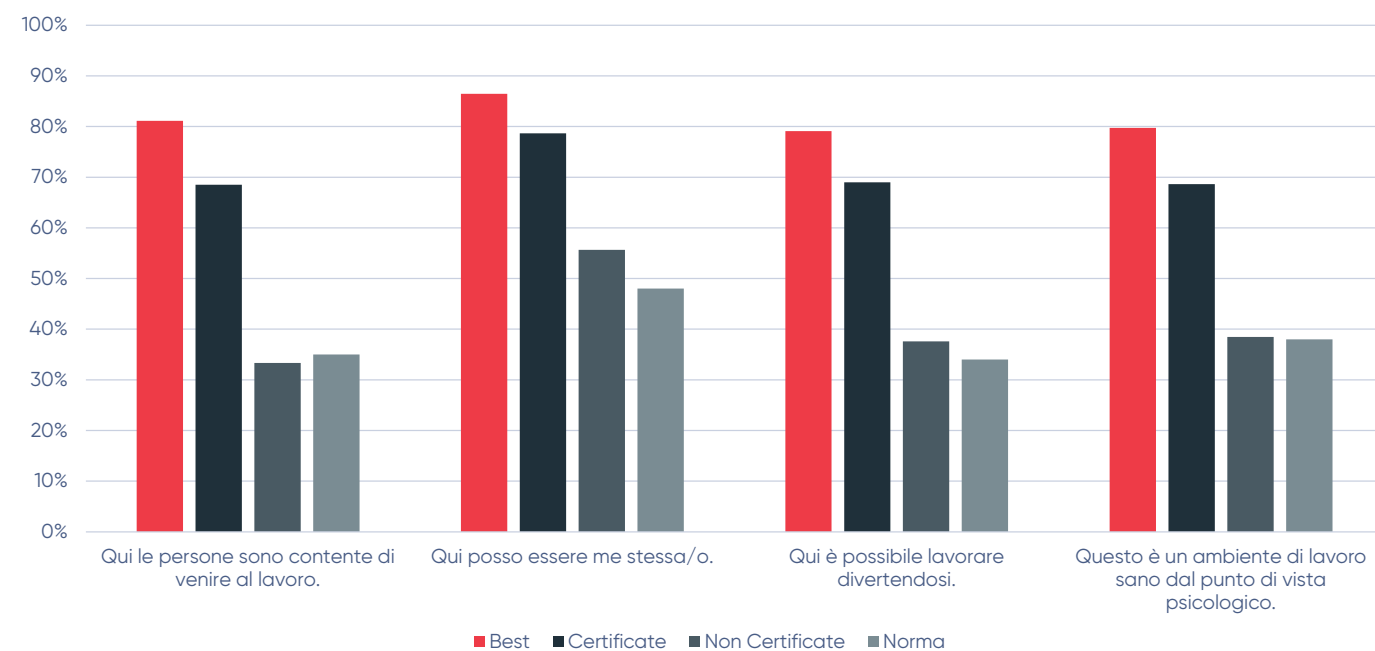
La mente ha bisogno del corpo." – Gabor Maté.



Fonti:

- Farb, N. A. S., et al. (2010). *Minding one's emotions: Mindfulness training alters the neural expression of sadness*. *Emotion*, 10(1), 25–33.
- Khoury, B., et al. (2015). *Mindfulness-based therapy: A comprehensive meta-analysis*. *Clinical Psychology Review*, 33(6), 763–771.
- McEwen, B. S. (2004). *Protection and damage from acute and chronic stress: Allostasis and allostatic overload and relevance to the pathophysiology of psychiatric disorders*. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1032(1), 1–7.

L'Happiness Index: dal benessere organizzativo alla felicità percepita



Dopo aver analizzato la correlazione tra la soddisfazione di vita (Life Evaluation) e la percezione di eccellenza dell'ambiente di lavoro (Overall Satisfaction), è fondamentale introdurre un indicatore sviluppato da Great Place to Work®: **l'Happiness Index**.

Si tratta di un indice sintetico, costruito a partire da una selezione di affermazioni del Trust Index™, scelti per la loro forte valenza soggettiva e relazionale. Tra questi, ad esempio:

- Felicità nel venire al lavoro
- Possibilità di essere autentici al lavoro
- Possibilità di divertirsi
- Purpose nel lavoro

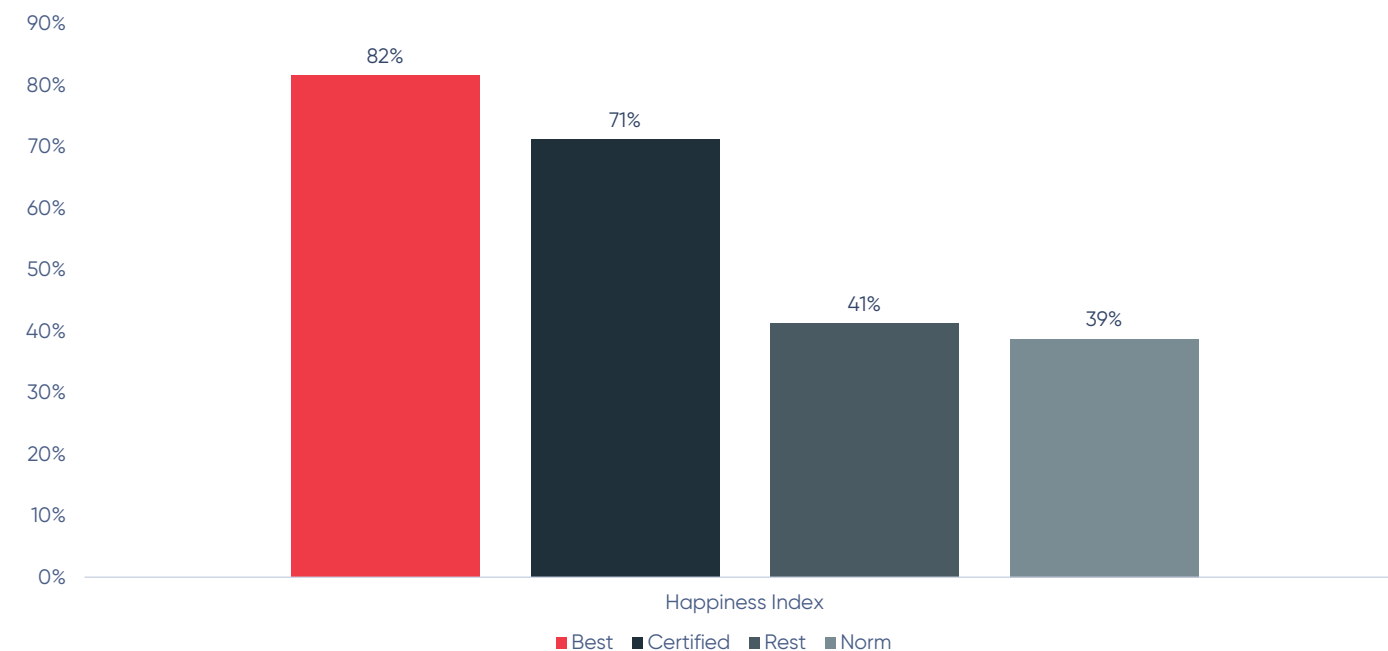
L'Happiness Index ha l'obiettivo di leggere il legame diretto tra esperienza lavorativa e la felicità personale

Obiettivo dell'indice

Catturare quanto l'esperienza lavorativa, vissuta all'interno di una determinata cultura organizzativa, contribuisca alla **felicità percepita delle persone**, nella loro dimensione più umana, profonda e quotidiana. Nel grafico relativo all'Italia, i risultati di Trust Index (TI) e Overall Satisfaction (OS) per i diversi cluster di aziende mostrano con chiarezza che **le organizzazioni certificate – e ancor di più le Best Workplaces™ – ottengono valori sensibilmente più alti** rispetto alle aziende non certificate e alla media di mercato. Se, come ipotizzato nella slide precedente, **l'aver un buon posto di lavoro si traduce in una migliore qualità della vita**, allora l'Happiness Index rappresenta uno strumento chiave per:

- misurare l'impatto umano del lavoro, al di là dei KPI classici;
- guidare le organizzazioni verso pratiche che valorizzano la persona nella sua interezza;
- fornire un indicatore predittivo di benessere, engagement e fidelizzazione dei collaboratori.

Happiness Index in Italia



Happiness Index Italia: il valore della cultura organizzativa nella felicità percepita

Il grafico mostra l'Happiness Index medio rilevato nelle aziende italiane, suddivise in quattro cluster. Il risultato è netto:

Le aziende Best Workplaces™ registrano un indice dell'82%, seguite dalle Certified con il 71%. I valori si dimezzano tra le aziende non certificate (41%) e nella norma di mercato (39%).

Insight chiave

Nelle organizzazioni con una cultura aziendale forte, inclusiva e ad alta fiducia, le persone dichiarano livelli di felicità significativamente superiori. Il lavoro può dunque essere un potente moltiplicatore di benessere.



Quale tipo di attenzione è più utile?

Nel lavoro l'attenzione è diventata una risorsa contesa. E spesso, ci troviamo a distribuirla tra mille stimoli, notifiche, messaggi, task urgenti e riunioni continue, cadendo nella **trappola del multitasking**. Ma qual è il prezzo di questa attenzione frammentata? E cosa ci guadagniamo se la recuperiamo?



Attenzione: una risorsa limitata

La nostra attenzione non è infinita. È una capacità selettiva, governata da meccanismi neurologici ed emotivi che, sotto pressione, si saturano rapidamente.

Il multitasking, spesso visto come un'abilità utile, è in realtà un mito: più che svolgere compiti in parallelo, il nostro cervello passa rapidamente da uno stimolo all'altro, con un costo cognitivo molto alto in termini di fatica, errori e stress.

Non è un caso che nei contesti aziendali ad alta distrazione aumentino i livelli di burnout e che la qualità dell'ambiente influisca profondamente sul benessere e sulla lucidità dei collaboratori.

Il potere della focalizzazione profonda

Secondo Anders Ericsson, autore della teoria della pratica deliberata, l'apprendimento e la performance eccellente si sviluppano solo quando l'attenzione è pienamente coinvolta e diretta verso un compito specifico, con feedback e riflessione.

La buona notizia? La focalizzazione si può allenare.

Anche nel lavoro quotidiano, coltivare momenti

di attenzione profonda (ad esempio per scrivere, progettare, riflettere o semplicemente ascoltare) permette di produrre meglio e sentirsi più soddisfatti.

Strategie per allenare la concentrazione

Ecco alcune pratiche per ridurre la dispersione e recuperare attenzione:

- **Time blocking:** pianifica fasce orarie senza interruzioni per attività che richiedono concentrazione.
- **Monotasking consapevole:** quando lavori su qualcosa, lavora solo su quello. Chiudi le notifiche. Respira. Entra nel flusso.
- **Tecnica del pomodoro:** 25 minuti di lavoro (pomodoro), 5 di pausa. Dopo quattro "pomodori", si fa una pausa più lunga, di solito di 15-20 minuti. Una metodologia semplice per mantenere il cervello fresco e reattivo.
- **Camminate senza telefono:** 10 minuti di movimento quotidiano senza stimoli digitali aiutano a resettare l'attenzione e recuperare energia mentale.

Un'attenzione ritrovata è un atto di leadership

Allenare l'attenzione oggi è una scelta culturale.

In un'epoca che spinge alla reattività, prendersi il tempo per focalizzarsi è un gesto rivoluzionario.

Le aziende che creano ambienti di lavoro sicuri, ordinati e fondati su fiducia e significato, **ottengono performance migliori e persone più felici**. Perché lì, l'attenzione può fiorire.

"L'attenzione è la forma più rara e più pura di generosità." – Simone Weil

Fonti:

- Ericsson, K. A., Krampe, R. T., & Tesch-Römer, C. (1993). The role of deliberate practice in the acquisition of expert performance. *Psychological Review*, 100(3), 363-406.
- Kahneman, D. (1973). *Attention and effort* (Vol. 1063, pp. 218-226). Englewood Cliffs, NJ: prentice-Hall.
- Lee, Jennifer & Lipsmeyer, Lin & Robertson, Tip. (2012). The impact of media multitasking on learning. *Learning, Media and Technology*. 94-104. 10.1080/17439884.2010.537664.

Benessere e felicità al lavoro: ciò che raccontano i dati OMM Business

Un sondaggio basato su 216 rispondenti dalla community di OMM Business offre un altro punto di vista sul benessere e la felicità sul luogo di lavoro

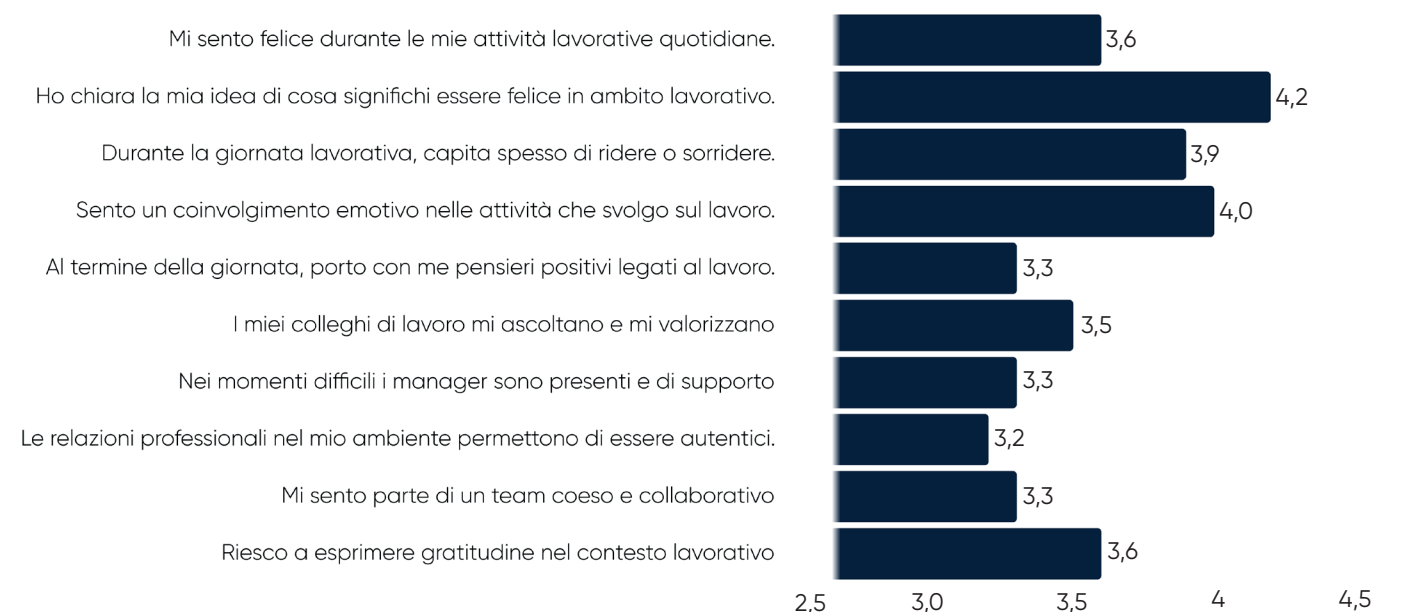
Il sondaggio realizzato da **OMM Business** ha coinvolto **216 persone** di diversa seniority ed esperienza lavorativa facenti parte della community di OMM Business e restituisce un quadro chiaro e sfaccettato dell'esperienza quotidiana di lavoro. Le valutazioni, espresse su una scala da 1 a 5, mostrano innanzitutto un punto fermo: i **collaboratori riconoscono come solida la coerenza valoriale delle loro organizzazioni e la possibilità di esprimersi liberamente**. Il senso di impatto positivo del proprio lavoro emerge come un ulteriore fattore trainante: sentire che ciò che si fa genera valore è **una delle chiavi che alimentano motivazione e orgoglio**.

Accanto a questi elementi positivi, emergono però alcune criticità. La gestione delle **difficoltà da parte del management riceve valutazioni più**

basse, segnalando che nei momenti di stress o cambiamento i leader non sempre riescono a offrire **chiarezza e supporto**. Lo stesso vale per la qualità del **feedback**, percepito spesso come poco strutturato o insufficiente. Un ulteriore punto critico riguarda **la possibilità di fermarsi a riflettere**: i dati indicano che trovare spazi di respiro e prospettiva rimane difficile in contesti organizzativi segnati da urgenza e accelerazione.

Questi risultati **risuonano con quanto emerso dai dati analizzati nella ricerca Great Place to Work® Italia**, che mostra come le aziende Best abbiano punteggi di felicità fino al doppio rispetto alla media nazionale. Anche qui, a fare la differenza sono la leadership credibile, la trasparenza e la capacità di accompagnare le

I risultati del sondaggio di OMM Business / 1 Risposte espresse in valori medi su 216 rispondenti

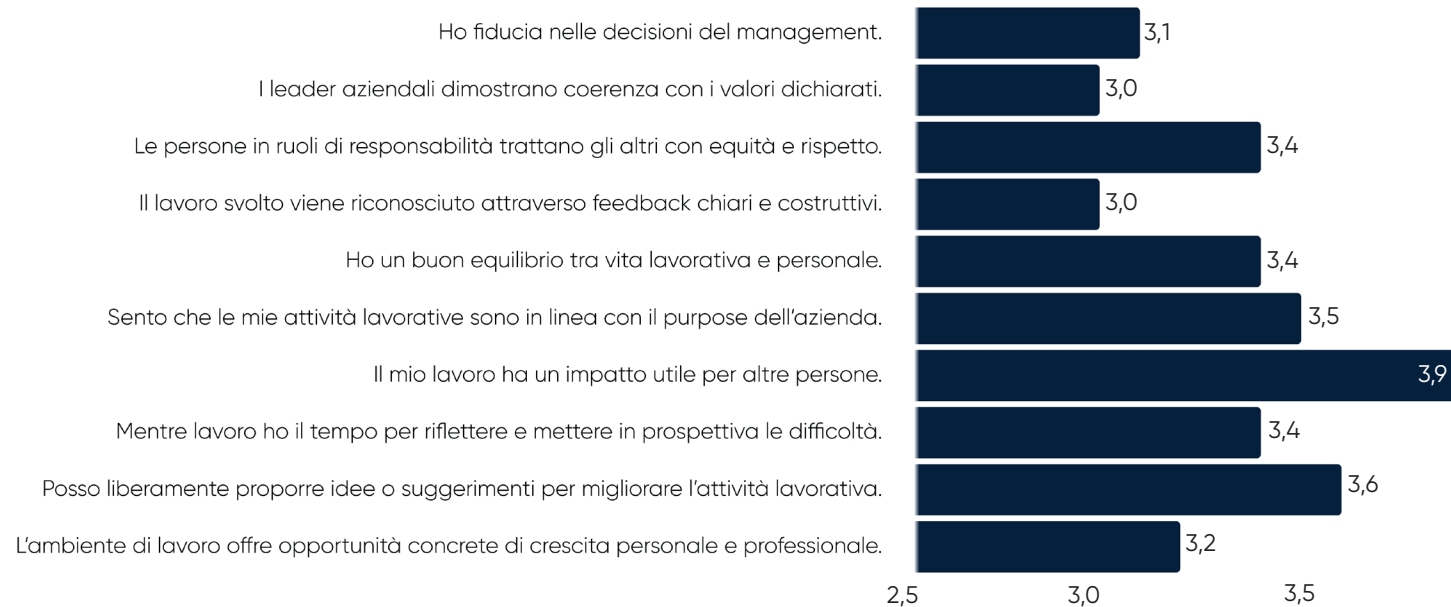


persone nei momenti di difficoltà. Il messaggio per le aziende è chiaro: **il benessere non si costruisce solo attraverso benefit o iniziative episodiche**, ma attraverso processi di ascolto autentici, comportamenti coerenti e leadership capaci di guidare nei momenti complessi. Per OMM Business, questa analisi rappresenta una bussola preziosa: **rafforzare la cultura del feedback, formare manager**

La qualità delle relazioni quotidiane è ciò che determina il livello di benessere nelle organizzazioni.

più preparati a gestire la complessità e creare spazi di riflessione saranno **le leve su cui investire** per trasformare il buon livello di soddisfazione attuale in un vantaggio competitivo duraturo. In questo senso, il sondaggio diventa molto più di un esercizio di ascolto: rappresenta **un punto di partenza per un percorso di trasformazione culturale**. Conoscere le percezioni delle persone significa poter disegnare strategie HR più mirate, misurare i progressi nel tempo e rendere la felicità un indicatore gestionale a tutti gli effetti. È un invito per i leader a farsi carico non solo della performance, ma anche del clima emotivo delle proprie organizzazioni, perché la qualità delle **relazioni quotidiane** è ciò che, alla fine, determina il livello di **benessere percepito** e, di conseguenza, **la sostenibilità stessa del business**.

I risultati del sondaggio di OMM Business / 2 Risposte espresse in valori medi su 216 rispondenti



La felicità in una parola: il racconto corale delle persone di OMM Business

Oltre ai dati numerici, il sondaggio OMM Business ha chiesto alle persone di **sintetizzare con tre parole cosa significa per loro la felicità in azienda**. Il risultato è una word cloud ricca e colorata, che restituisce in modo immediato le leve più citate.

A dominare sono **parole legate alla relazione**:

"collaborazione", "rispetto", "ascolto", "condivisione", "squadra". Segno che la felicità al lavoro **non è vissuta come condizione individuale**, ma come esperienza collettiva, che nasce dalla qualità delle relazioni quotidiane.

Molto presenti anche i termini che rimandano alla **crescita**: "formazione", "opportunità", "confronto

costruttivo", "proattività". Un chiaro indicatore che le persone associano la felicità alla possibilità di migliorarsi e svilupparsi, in un contesto che stimoli apprendimento e innovazione.

Accanto a questi poli principali emergono parole legate al **benessere personale**: "equilibrio", "serenità", "libertà", "autenticità", "ironia". Lavorare in un contesto che permetta di essere sé stessi, mantenere un buon bilanciamento vita-lavoro e vivere anche momenti di leggerezza viene percepito come fondamentale per sentirsi felici.

Se confrontiamo questi risultati con i dati GPTW del Report Happiness at Work 2025, ritroviamo una coerenza significativa: nei Best Workplaces™, fiducia e coerenza valoriale sono le basi che consentono a collaborazione e crescita di fiorire.

La word cloud, dunque, non è solo un esercizio visivo, ma una **bussola strategica**: mostra con chiarezza le aspettative delle persone e le dimensioni su cui investire. Per OMM Business, significa continuare a coltivare un ambiente che valorizzi le relazioni, favorisca lo sviluppo e garantisca benessere. Perché la **felicità**, come ricorda questa immagine corale, **non è un traguardo astratto, ma la somma di tante esperienze quotidiane** che, insieme, fanno la differenza.



Happiness Index e Overall Satisfaction: una relazione chiara, visibile e coerente



I grafici mostrano la relazione tra l'Overall Satisfaction (OS) – ovvero la percentuale di persone che considera la propria azienda un eccellente luogo di lavoro – e l'Happiness Index (HI), costruito da Great Place to Work® per misurare il livello di felicità percepita dai collaboratori.

I dati parlano chiaro:

All'aumentare di OS cresce anche l'Happiness Index: una relazione crescente, coerente e visivamente lineare.

I cluster di aziende si raggruppano in modo netto:

In rosso le aziende non certificate, che si distribuiscono soprattutto nella parte bassa del grafico, con OS e HI più contenuti.

In arancione le aziende certificate, che si collocano nella fascia intermedia.

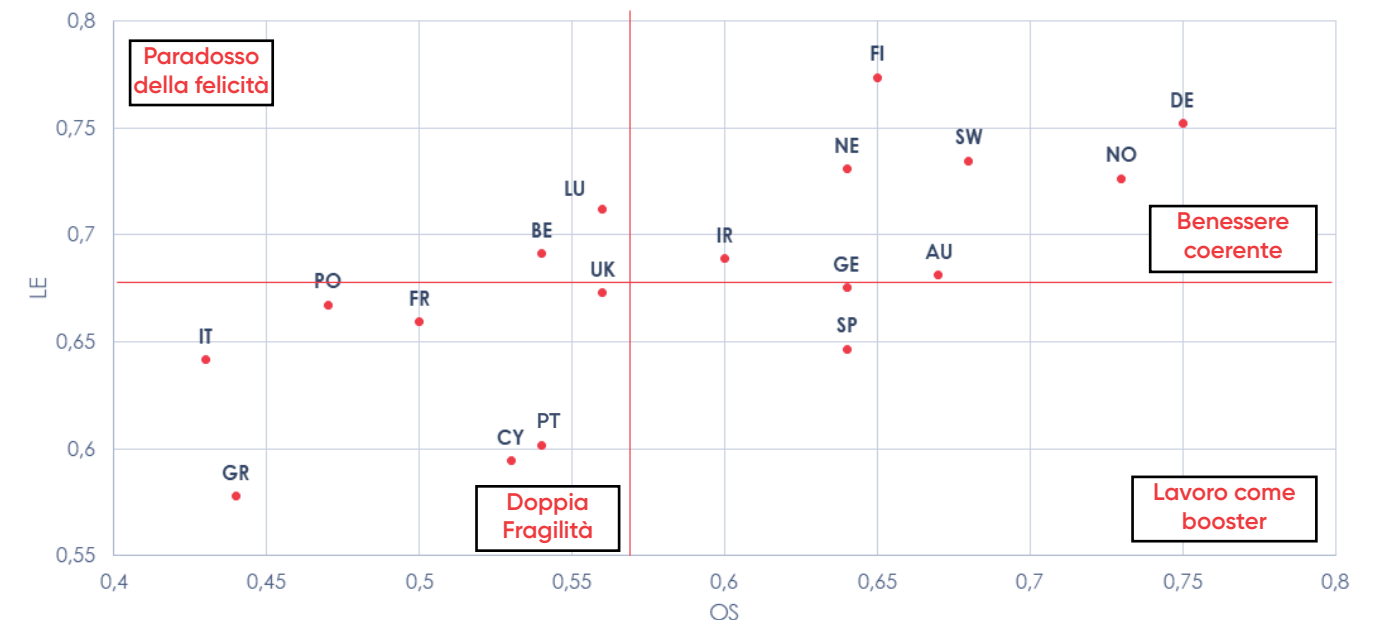
In verde le Best Workplaces™, con valori sistematicamente elevati su entrambi gli assi, e una forte concentrazione nelle fasce alte.

Le aziende in cui più persone percepiscono l'ambiente di lavoro come eccellente, sono anche quelle in cui i collaboratori si sentono più felici.

L'esperienza positiva nel contesto organizzativo si riflette direttamente nella qualità soggettiva della vita lavorativa.

Un buon posto di lavoro, misurato attraverso la fiducia, l'inclusione e la leadership, genera ambienti più umani e generativi.

Life Evaluation vs Happiness Index & OS: un'analisi comparativa paneuropea



Il grafico qui sopra individua, collocando ciascun Paese nell'incrocio tra Life Evaluation e Overall Satisfaction, **quattro gruppi distinti separati dalle linee del valore medio (in rosso)**. L'asse verticale rappresenta la qualità della vita percepita, mentre l'asse orizzontale riflette la valutazione dei luoghi di lavoro rilevata dalle aziende "norma" GPTW nei rispettivi Paesi.

Questa rappresentazione consente di leggere con chiarezza **diverse configurazioni tra benessere individuale e benessere lavorativo**, evidenziando il ruolo delle organizzazioni nel generare, amplificare o – al contrario – non sostenere la felicità delle persone.

Doppia fragilità: contesti critici a doppio svantaggio (bassa Life Evaluation – bassa Overall Satisfaction)

Paesi: Grecia, Italia, Cipro, Polonia, Francia, Regno Unito, Portogallo.

È il quadrante più critico: a una Life Evaluation sotto media si somma un'Overall Satisfaction

inferiore alla soglia. La combinazione indica **vincoli sistemici (economici e istituzionali)** che si riflettono nelle organizzazioni **con fiducia più fragile, minore percezione di equità e qualità relazionale** altalenante. Il posizionamento dell'Italia in questo quadrante evidenzia un gap strutturale: gli interventi tattici non bastano. Servono programmi pluriennali su leadership, sicurezza psicologica, coinvolgimento e percorsi di crescita trasparenti, con KPI di clima e fiducia collegati a obiettivi di business.

Lavoro come booster: contesti dove il lavoro compensa (bassa Life Evaluation – alta Overall Satisfaction)

Paesi: Germania, Spagna.

In questi contesti la qualità della vita percepita è sotto media, ma **l'esperienza lavorativa è sopra la soglia**: le organizzazioni agiscono da **"compensatori"** del contesto, generando valore nonostante vincoli esterni. La Spagna rappresenta un caso emblematico di effetto booster: processi di people management e leadership di prossimità sembrano alzare l'Overall

Satisfaction rispetto a una Life Evaluation non brillante. La Germania ha un posizionamento analogo, con una base organizzativa capace di sostenere soddisfazione e qualità del lavoro pur in un quadro di Life Evaluation moderato. In questi contesti la priorità dovrebbe essere **tutelare gli asset organizzativi** che abilitano l'effetto compensativo (qualità manageriale, partecipazione, autonomia operativa).

Benessere coerente: allineamento tra vita e lavoro

Paesi: Finlandia, Svezia, Paesi Bassi, Norvegia, Danimarca, Austria, Irlanda.

(alta Life Evaluation – alta Overall Satisfaction)

Questi contesti esibiscono una **coerenza positiva**: elevata qualità della vita e valutazioni sopra media dei luoghi di lavoro. Le aziende sembrano rafforzare il capitale sociale già presente, stabilizzando fiducia, equità e qualità relazionale.

In presenza di standard sociali alti, **le pratiche organizzative** (leadership affidabile, sicurezza psicologica, autonomia responsabile) **amplificano la felicità**: l'Happiness Index tende a mantenersi sostenuto e resiliente anche in fasi cicliche complesse.

Il Paradosso della Felicità: alte aspettative, minore soddisfazione

Paesi: Belgio, Lussemburgo.

(alta Life Evaluation – bassa Overall Satisfaction)

Qui la qualità della vita è elevata, ma **l'esperienza lavorativa non capitalizza pienamente il contesto**.

La distanza tra aspettative personali e pratiche organizzative può generare disallineamento: pressione competitiva, riconoscimento non sempre percepito come equo, work-life balance meno efficace di quanto atteso).

Anche piccoli attriti relazionali, in ambienti ad aspettative alte, diventano **driver di insoddisfazione**.

Considerazioni finali

Il report che abbiamo realizzato suggerisce che **la felicità al lavoro e nella vita sono strettamente collegate**, ma non in modo meccanico.

- Le organizzazioni giocano un ruolo attivo e trasformativo, **compensando contesti sociali difficili e amplificando e stabilizzando la felicità** delle persone che le vivono tutti i giorni.
- Dove non si **investe in fiducia e qualità relazionale**, il rischio è di erodere il benessere delle persone.
- Per attivare processi di benessere sostenibili, è fondamentale **agire a livello organizzativo e individuale**: promuovere pratiche di consapevolezza e attenzione al momento presente contribuisce a rafforzare lucidità, resilienza e qualità relazionali nei contesti di lavoro.
- Il benessere autentico nasce quando le persone **si sentono viste e supportate nella loro interezza**. Esperienze di mindfulness e meditazione, presenza e leadership incarnata aiutano a radicare i valori organizzativi in comportamenti concreti e generativi.

Il lavoro è un moltiplicatore di benessere.

Ma perché generi felicità, **deve poggiare su una cultura organizzativa fondata su fiducia, rispetto, significato e cura**. L'Happiness Index permette di misurare con precisione questo impatto.

