

LABORPLAY, METTERSI IN GIOCO FA LA DIFFERENZA

in collaborazione con GammaDonna

Laborplay nasce come Labor, laboratorio di ricerca del Dipartimento di Psicologia dell'Università di Firenze, con la supervisione scientifica del Prof. Vincenzo Majer e del Prof. Gianni Marocci e poi diventa S.r.l. e spin-off dell'Università di Firenze nel 2015. Oggi Laborplay si occupa di valutazione e sviluppo delle competenze trasversali in contesti organizzativi. E la sua cifra stilistica consiste nel farlo utilizzando il gioco in tutte le sue declinazioni: serious-game, strumenti game-based, gamification. Il gioco diventa uno strumento per cambiare l'approccio al mondo delle risorse umane. Della genesi, ma soprattutto delle prospettive di questo progetto abbiamo parlato con **Elena Gaiffi** che di Laborplay è Presidente.

Quale percorso formativo e professionale l'ha condotta fino a questa esperienza?

Laborplay nasce come start up e a fondarla sono stati 5 psicologi del lavoro un po' meno giovani (ma solo cronologicamente) dei classici startupper. Venivamo tutti da esperienze pregresse abbastanza variegate: qualcuno aveva militato nelle divisioni HR aziendali, qualcuno aveva e ha tutt'ora insegnamenti attivi all'Università, qualcuno aveva già partecipato come freelance alla realizzazione di progetti professionali di un certo spessore, insomma, tutti portavamo il nostro bagaglio di esperienze e il più leggero pesava 10 anni. Avevamo già lavorato assieme, ci conoscevamo. E nel 2015 eravamo tutti accomunati dalla voglia di fare qualcosa di originale, per rispondere all'esigenza di innovazione crescente espressa dalle aziende che incontravamo, ma accomunati anche dalla voglia di divertirci lavorando e dalla voglia di puntare a realizzare progetti che avremmo potuto gestire solo se fossimo stati davvero una squadra. Ed è stato così che abbiamo formalizzato di fronte a un notaio il nostro desiderio non solo di essere squadra, ma anche di fare impresa. Ricordo, oggi sorridendo, allora sorridendo un po' meno, che non ci descrivevano esattamente come una squadra "ben assortita": ci stavamo lanciando in un progetto dal gusto molto più IT



ELENA GAIFFI

che human ed eravamo tutti psicologi dalle competenze forse fin troppo sovrapponibili. Credo sia stata e sia tutt'ora l'"anatomia" a fare la differenza, credo che il nostro gruppo funzioni, in fondo, perché ha tutti e 5 i sensi: mentre con le mie orecchie ascoltiamo il mercato, gli occhi di **Andrea Mancini** ci danno visione d'insieme e il naso di **Manuele Ulivieri** ci aiuta a scovare informazioni utili a generare nuove soluzioni, che **Mario Magnani** assaggia con cura prima di "servire", mentre **Ezio Scatolini** ci ricorda che per creare relazioni e cogliere opportunità occorre stare in contatto. Un sistema che oggi si è perfezionato, trovando il suo sesto senso nei nostri preziosissimi collaboratori.

Anch'io sono uno psicologo del lavoro, con master e perfezionamenti che, per fortuna ritengo, non sono più una rarità, piuttosto sono grata dell'allenamento sul campo che ho potuto fare: nell'anno di nascita di Laborplay avevo già 15 anni di esperienza in aula, 8 anni di HR in azienda e qualche frustata severa dalla vita addosso. Laborplay è stata l'inizio di un nuovo capitolo, quello da centro volume, quello dove coniughi ciò che ti piacerebbe fare e ciò che fai, quello che sai fare e quello che vorresti imparare, in un lavoro solo: il tuo. In viaggio insieme a 4 uomini, non mi sono mai sentita la sola (donna), piuttosto, talvolta, mi sono sentita orgogliosamente unica.

Voi avete portato il gioco all'interno dei processi di selezione del personale. Come avete maturato questa idea?

Utilizzare il gioco in contesti organizzativi non è idea di Laborplay, ma del Prof. Spaltro, a cui si devono non solo la prima cattedra di psicologia del lavoro in Italia, ma anche innumerevoli

pubblicazioni e partecipazioni che hanno fatto cultura sul tema della psicologia e dell'utilizzo del gioco applicato, anche in azienda, a beneficio delle persone. Laborplay può vantare di aver esteso l'utilizzo del gioco non solo alla formazione, ma anche alla selezione del personale e di aver fin da subito pensato di utilizzare non più solo il gioco analogico, ma anche il gioco digitale. Come abbiamo maturato la nostra idea? Gli startupper si chiudono negli scantinati, noi ci siamo chiusi in un convento alle porte di Brisighella, dove l'unico telefono funzionante era quello con la cornetta e il numeratore a disco tra la cappella e la sala Santa Rosa al piano terra e l'unico suono possibile era quello delle campane. Non so se ad aiutare la nostra riflessione siano state più la sacralità del luogo o la cucina romagnola, ma certo è che siamo usciti da quell'esperienza sicuri della direzione da prendere.

Dal 2015 a oggi come si è evoluta la vostra proposta? Qual è la genesi dell'app PlayYourJob?

L'app PlayYourJob è stata il motivo principale di costituzione della nostra start up, croce e delizia del nostro percorso. Abbiamo validato l'ipotesi di correlazione tra meccaniche di gioco e soft skills su un campione di 25 mila persone e pubblicato sugli store Apple e Android la prima App che permetteva agli utenti, condividendo le loro esperienze ai giochi su smartphone e tablet, di ottenere una profilazione delle loro soft skills. Nell'"altro emisfero", le aziende potevano utilizzare queste informazioni per individuare i candidati più in linea con i loro profili ideali, già nella fase di prescreening. Ma già mentre la lanciavamo, ci stavamo accorgendo che potevamo fare meglio. È stato così che abbiamo coraggiosamente o incoscientemente deciso di trasformare l'App in una web App per puntare a qualcosa di più snello e "maneggevole" da un punto di vista tecnologico, eccellente nella tutela dei dati, più fresco e meno vincolato al rispetto delle giuste (ma poco da start up) policy dei titani degli store. Il principio, dall'App alla web App, non è cambiato: nello spazio virtuale di Laborplay si gioca e il gioco consente alle aziende di ottenere una valutazione certificata



delle competenze trasversali dei propri candidati; ma i giochi sono rivolti anche a chi già lavora, sono uno strumento in più di formazione continua, perché giocare favorisce lo sviluppo di specifiche competenze, perché giocare fa bene! Ma quello che mi rende più orgogliosa è che questa scelta, che, com'è ovvio, ha comportato nuovi investimenti, l'abbiamo fatta durante il lockdown.

Qual è stata l'accoglienza del mercato? Quali sono i vostri clienti tipo?

I nostri clienti sono principalmente medie e grandi aziende dei settori merceologici più disparati, prevalentemente del Nord Italia, sebbene, con grande soddisfazione, in quest'ultimo anno siamo riusciti a intercettare anche piccole aziende del nostro amato territorio,

la Toscana, storica patria dell'innovazione e della scoperta.

Il vostro approccio può davvero rivoluzionare il settore delle risorse umane? Che tipo di evoluzione immaginate?

Il gioco, con o senza Laborplay, sta già rivoluzionando i settori della selezione e della formazione e avrà vita finché non sarà soppiantato da qualcosa che sappia coniugare altrettanto bene efficacia e coinvolgimento, che sappia abbattere barriere linguistiche, culturali, di genere e generazionali, che sappia sopravvivere a una pandemia semplicemente svuotandosi le tasche da carte e dadi, per mostrarsi, attraverso uno schermo, ancora in tutto il suo fascino. Non occorre essere dei gran visionari per immaginare che serviranno ottimi giocatori.