PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 20 - numero 4317 di Mercoledì 26 settembre 2018

Gamification e sicurezza: quando il gioco diventa cosa seria

La Gamification, ovvero l'applicazione di elementi mutuati dal gioco (elementi e meccaniche di gioco, tecniche di Game design) in contesti esterni al gioco sta divenendo sempre più una cosa seria.

Introdotto per la prima volta nel 2002 dal programmatore di giochi inglese Nick Pelling, il termine "Gamification" acquista popolarità dal 2010 e oggi rappresenta un tema complesso, multi-dimensionale e multi-disciplinare.

Fra le varie definizioni, quella che ritengo maggiormente esaustiva definisce la Gamification "l'applicazione di meccaniche di gioco e tecniche di game design per ingaggiare e motivare le persone a raggiungere propri obiettivi". È questa una perfetta sintesi degli aspetti essenziali che riguardano questa prassi, atta a utilizzare aspetti propri del gioco (game) in contesti non ludici.

La Gamification ha sostanzialmente tre punti di forza che le garantiscono efficacia e assicurano a imprese e organizzazioni di raggiungere risultati performanti:

1. **Motivazione**: la Gamification infatti ingaggia gli individui attivando e integrando differenti leve motivazionali
2. **Divertimento**: l'aspetto ludico è in qualche modo richiamato attraverso un'esperienza condivisa, premiante e totalmente immersiva, rendendo chi la vive un vero protagonista
3. **Felicità**: il fine ultimo è quello di aumentare il livello di soddisfazione e di emozioni positive che a loro volta favoriscono il benessere dell'audience

Pubblicità
<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0508] ?#>

La Gamification e la Sicurezza

La maggior parte degli incidenti sul luogo di lavoro accadono per mancata osservanza dei protocolli di sicurezza e, talvolta, scarsa consapevolezza del lavoratore.

Nonostante gli investimenti che annualmente le aziende destinano alla formazione, i ritorni sono spesso deludenti sia in termini di partecipazione immediata, sia in termini di acquisizione di nozioni, in prospettiva futura.

Se si tiene conto che, mediamente, dopo una settimana dall'occasione formativa SOLO del 20% delle informazioni acquisite resta memoria, appare evidente l'importanza di aumentare le occasioni di formazione oppure renderle le più memorabili possibili. Apprendere dall'esperienza, e quindi utilizzare il gioco come fonte di apprendimento associata al piacere e al

divertimento, è una soluzione dal concreto successo per l'organizzazione.

Il tema della compliance è la spina nel fianco in ambito HR; l'introduzione di nuovi tool, arricchiti da una componente di gamification che tiene conto dell'importanza dell'engagement del lavoratore, sembra una soluzione auspicabilmente percorribile.

Al mondo ci sono già case history di successo...

Dal 2012 Walmart, una delle più grandi catene di negozi negli Stati Uniti, ha inserito meccaniche di Gamification per migliorare le procedure di sicurezza e adesione ai protocolli lavorativi. Il programma pilota è stato lanciato in 8 centri logistici con un coinvolgimento di circa 5000 lavoratori. In ciascun centro logistico sono state predisposte postazioni PC, accanto ai luoghi di sosta dei lavoratori, dove quotidianamente il dipendente rinforzava la propria conoscenza in termini di sicurezza, in sessioni di 3 minuti: due domande a risposta multipla intervallate da un mini game (cruciverba; memory game; etc). Ogni lavoratore entrava in una classifica condivisa e riceveva in real time feedback sulla propria preparazione.

Il risultato?

Nei primi 6 mesi il numero di incidenti è diminuito del 54% e il management ha deciso di estendere il programma a oltre 75.000 dipendenti in altri 150 store.

Il tasso di incidenti e DART (giorni di malattia, licenze orarie, turnover) sono ora i più bassi della media di settore e il "tempo perso" ridotto del 50%.

Un altro esempio: il programma INSINC di Singapore mirava a intervenire sul trasporto pubblico decongestionando gli orari di punta, a tutela dei conducenti e degli utenti stessi. Ai pendolari sono stati offerti, sottoforma di game, incentivi per viaggiare nelle fasce meno affollate, in termini di premi casuali, influenza sociale e offerte personalizzate. Da un primo monitoraggio è emerso che il 7,49% dei pendolari ha modificato le proprie abitudini di viaggio.

Rendere l'apprendimento divertente; personalizzare l'esperienza; offrire rinforzi continui e "temporizzare" la formazione in sessioni di micro-learning da reiterare, sono parte di una strategia pedagogica vincente. Non solo, l'utilizzo di tool tecnologici inserisce il lavoratore in uno scenario immersivo che rende pratico e interattivo l'apprendimento. E l'intero percorso può essere facilmente monitorato e certificato adempiendo agli obblighi di legge.

Insomma, ipotizziamo un progetto di Gamification dedicato alla Safety in azienda, dove gli attori coinvolti, a tutti i livelli, siano chiamati a concorrere e competere su capacità di osservazione; conoscenze; competenze in tema di salute e sicurezza e, perché no, capacità di gestione dell'emergenza.

Un'esperienza ludica in un contesto assolutamente non ludico.

Il gioco come serio strumento di sensibilizzazione e prevenzione.

A questo punto non resta che mettersi in gioco.

Massimo Servadio

Psicoterapeuta Sistemico Relazionale e Psicologo del Lavoro e delle Organizzazioni.

Bibliografia

Alberto Maestri, Pietro Polsinelli, Joseph Sassoon; Giochi da prendere sul serio, FrancoAngeli 2015.

Questo articolo è pubblicato sotto una Licenza Creative Commons.