

OSCAR DI MONTIGNY

La nuova economia parla col cuore

Testo di STEFANO BINI

Foto di ANDY MASSACCESI

Humanification. Ovvero: come la tecnologia, che ha dato accesso a un numero elevatissimo d'informazioni, abbia anche penalizzato l'uomo. È il tema dei temi, oggi. È la questione che agita la Silicon Valley e i suoi critici, come Franklin Foer che al dominio delle macchine sugli uomini ha dedicato il suo saggio *World Without Mind*. È anche il topic attorno a cui ruota *Il tempo dei nuovi eroi* (Mondadori) di Oscar di Montigny, direttore marketing, comunicazione e innovazione di Banca Mediolanum. È lui l'unico italiano invitato a parlare proprio di *Humanification* al *World Business Forum* di New York del 16-17 novembre, tra innovatori, ceo, imprenditori, scienziati e pensatori contemporanei.

«Le mie parole saranno il frutto di vent'anni di studio. Sono anche emozionato: ho già fatto esperienze di questo tipo, parlando prima o dopo Steve Wozniak di Apple o Richard Branson della Virgin, per esempio. E ricordo bene il mio primo palco importante, dall'emozione durante il mio discorso all'urlo liberatorio nel camerino. Ma questa volta si tratta di New York, appunto, una città unica nel rilanciare i soggetti».

La tecnologia è diventata fondamentale nella quotidianità: dono o condanna?

«Qualche settimana fa ho parlato alla *Singularity University*, il regno della tecnologia evoluta. Dopo scienziati e genetisti, mi sono chiesto cosa avrei potuto dire io: ho messo al centro del discorso la specie umana, che ha inventato la tecnologia. Il che la costringe a una grande assunzione di responsabilità: sono ottimista sul lungo termine, credo davvero che la tecnologia porterà ricchezza e opportunità. Ma sul medio termine sono di medio umore, e sul breve mi sto facendo delle domande, perché la tecnologia rischia di sfuggirci di mano».

Cos'è esattamente l'Humanification, il tema del World Business Forum 2017?

«Per capirlo bisogna partire dal concetto di "bene", che è tale solo se produce un vantaggio per me che offro, per te che domandi, ma soprattutto per la collettività. In questo senso,



Oscar di Montigny, 48 anni,
direttore marketing,
comunicazione
e innovazione
di Banca Mediolanum



Sopra, e a destra, alcuni gadget nell'ufficio milanese di Oscar di Montigny. Il suo libro *Il tempo dei nuovi eroi*, pubblicato nel settembre 2016 (Mondadori, 13 €), è già arrivato alla quarta ristampa



«Ogni transazione economica dovrebbe portare vantaggio a chi offre, a chi domanda, al pianeta e alla collettività»

Humanification è uno scambio tra due entità umane, dove l'uomo è lo scopo delle transazioni economiche. Ma ora la finanza deve tornare a essere un mezzo, perché noi nel tempo abbiamo invertito lo scopo con il mezzo: la ricchezza aumenta grazie alla globalizzazione e al capitalismo, ma è sempre più concentrata in poche mani. Terrificante. Ecco perché non sono ottimista sul breve termine».

Per molti, lei non è solo un riferimento manageriale, ma anche un innovatore.

«Quando cerchi di cambiare il precostituito non hai la certezza del risultato, solo del processo. Chi fa qualcosa di nuovo andrebbe premiato anche se fallisce, perché si tratta comunque di un momento di consapevolezza».

Nel suo libro Il tempo dei nuovi eroi lei affronta temi come lavoro, famiglia, rapporti umani, e si sofferma sul valore di alcuni gesti...

«La gratitudine è il tema centrale, e il riconoscimento di un valore quello a cui puntavo. Il problema è che oggi non ci sono più eroi come Nelson Mandela, Martin Luther King o Madre Teresa di Calcutta: ognuno, nel suo piccolo, dovrebbe fare nel migliore dei modi quello in cui è più capace. Solo così avremmo davvero un mondo migliore. Quanto al mio libro, siamo alla quarta ristampa e ne sono felice. Non ha mai trovato una collocazione precisa: è marketing, economia, saggistica, tutto insieme».

Cos'è la tanto citata economia 0.0?

«Una provocazione, per rimettere al centro l'essere umano con tutti i suoi valori. Quindi, come accennavo prima: dove c'è una transazione economica c'è un'offerta, che coincide con i principi dello 0.0 se assolve il compito di dare un vantaggio a chi offre e a chi domanda. Ma questo non basta ancora, perché il prodotto deve portare vantaggio anche alla collettività e al pianeta. Perché l'uomo dev'essere responsabile e sapere di rappresentare sia il problema che la possibile soluzione. Purtroppo oggi ci manca la consapevolezza del tempo attuale, non abbiamo chiara la velocità della tecnologia, l'impatto che ha sull'ambiente e sulla nostra vita. Invece è importante, in un mondo fatto di volatilità e incertezza, capire la fase che stiamo attraversando. Non si stava meglio quando si stava peggio, ma oggi è decisamente più complicato di altri periodi».