

LA PROPOSTA

Invece del Pil, nel 2018 misuriamo la felicità

Da sempre il concetto di benessere viene valutato in base a fattori economici, come se il profitto fosse sinonimo di soddisfazione. Ma è ora di cambiare criterio. La nuova parola chiave, dice *The Economist*, sarà «happiness». Un'armonia possibile se rinunceremo un po' alla nostra individualità per pensare, e agire, in modo più «collettivo».



di Oscar di Montigny

direttore Marketing,
Comunicazione
e Innovazione di Banca
Mediolanum

«La felicità è quando ciò che pensi, ciò che dici e ciò che fai sono in armonia». La frase del Mahatma Gandhi continua a risuonare nella mia testa in queste prime settimane del 2018. Il nuovo anno si apre, come sempre, con tanti buoni propositi, anche se la realtà del mondo intorno a noi non offre molti motivi per essere speranzosi.

Forse il problema sta a monte: che cosa significa essere felici? Dall'Ottocento in poi abbiamo basato il concetto di benessere, al di là di condizioni sociali, ambientali e sanitarie, su un metro sostanzialmente economico. Più stiamo bene economicamente più siamo felici. Mai contraddizione fu più grande: è dimostrato che oltre a una certa soglia di reddito si interrompe la proporzione fra guadagno materiale e soddisfazione personale; e le più gravi crisi finanziarie recenti sono intervenute quando ci sembrava che nulla potesse andare meglio.

È invece il momento di investire su un criterio diverso. Secondo le tendenze dall'anno nuovo stilate dall'*Economist*, la parola chiave su cui puntare nel 2018 è proprio «happiness». Non un concetto astratto, ma un modo di intendere la vita e perfino gli affari. Testimonial d'eccezione è Tshering Tobgay, primo ministro del Bhutan, piccolo regno himalayano che negli ultimi decenni ha deciso di cambiare i suoi canoni di sviluppo.

Per crescere il paese asiatico ha scommesso ormai da tempo sulla Gnh (Gross national happiness, felicità nazionale lorda): invece di affidarsi al classico Pil, questo indicatore prevede l'inseguimento di modelli a lungo termine basati su sostenibilità e responsabilità. L'idea è che la gestione degli affari venga collega-

ta anche a benessere psicofisico, educazione, rispetto ambientale e impiego coscienzioso di tempo e risorse.

A differenza delle politiche di Csr (Corporate social responsibility) che anche in Italia stanno iniziando a prendere piede, qui non si parla di singole iniziative aziendali ma di un ripensamento su scala globale di tutte le dinamiche economiche e sociali che privilegino il benessere generale rispetto al comune profitto. Non è un caso che nella classifica del World happiness report, che cerca di valutare la soddisfazione dei cittadini del mondo in base a molteplici fattori (fra cui aspettativa di vita, accesso alla sanità, generosità, corruzione...), sul podio si collochino quei paesi che hanno una salda tradizione di crescita sociale organica e armoniosa: Norvegia, Danimarca, Islanda.

L'Italia è al 48° posto, fra Uzbekistan e Russia. Possiamo migliorare (nel 2015 eravamo al 50°) ma serve un cambio di prospettiva: sempre l'*Economist* fa notare che nel 2018 si prevedono più viaggi di lavoro e un'ancora più estesa copertura degli smartphone, quindi più fiducia nell'economia e più digitalizzazione. Ma anche, guardando l'altra faccia della medaglia, più stress da trasferta e più esposizione ai lati controversi dell'online. Questo è significativo perché la felicità è un concetto complesso che varia in base alla soggettività individuale. Eppure, forse, la soluzione è meno individualità e più collettività: pensare che gli interessi nostri possano coincidere con quelli degli altri ci aiuterebbe a valutare le cose in modo più disteso e ottimistico. La felicità non è nulla se non è condivisa, dice un altro adagio: sarà banale, ma sicuramente non privo di potenzialità. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ITALIA
È SOLO
AL 48° POSTO
NELLA CLASSIFICA
DEL WORLD
HAPPINESS
REPORT