



INNOVAZIONE E VALORI

Nuovi eroi per un mondo più sostenibile

La crisi della società moderna spinge la ricerca di persone che portino alla riscoperta dei valori universali. Giusto profitto e più sostenibilità. Ne abbiamo parlato con Oscar di Montigny relatore al World Business Forum di Milano

DI MASSIMILIANO VOLPE

Dottor di Montigny, per il ruolo che ricopre all'interno dell'azienda è considerato un innovatore, come vede il mondo di oggi e quello del futuro?

“Siamo in un momento di forte discontinuità con il passato. Negli ultimi anni sono saltati tutti gli schemi su cui abbiamo costruito il nostro sistema economico e sociale. Siamo di fronte a fenomeni a cui la nostra generazione non ha mai assistito in passato. La mancanza di solidi punti di riferimento in campo politico e sociale ha consentito la concentrazione della ricchezza in capo a un numero sempre più ristretto di persone, ha aperto la via a flussi migratori sempre più imponenti e fuori controllo, ha lasciato innalzare nuove tensioni tra le grandi superpotenze che stanno ora sfociando in una nuova forma di guerra, quella cibernetica. Eventi a cui non eravamo preparati e che stanno portando alla medievale costruzione di nuovi muri per difenderci dalle nostre paure del 'diverso'. Ma i muri come sappiamo non servono a niente, anzi, prima o poi vengono abbattuti dalla storia. Pertanto ritengo che sia il tempo per ripartire con un nuovo paradigma, un nuovo stile di vita, che ci dovrà accompagnare in questa fase di transizione”.

E tutto questo cosa comporta?

“Il periodo della ricerca del solo profitto è finito. Sia per le

aziende che per le singole persone. Lo scenario che le ho appena descritto ne è la prova. Un altro fattore di crisi è rappresentato dal fatto che il mondo sta andando troppo veloce, oltre i limiti umani di comprendere questa velocità e quindi di orientarla. Come insegnava Gandhi "non è la velocità che fa la differenza ma l'orientamento". Bisogna entrare nelle cose per rimettere al centro della vita i valori. Pertanto ritengo che sia arrivato il momento di ripartire da un'economia fondata sulla trasparenza, sulla gratitudine e sulla responsabilità. Ma per fare questo le persone devono essere più consapevoli di quello che fanno in ogni momento della loro vita. Quello che penso è che servono nuovi Eroi che guidino il cambiamento”.

Un tema che lei ha affrontato anche nel suo nuovo libro “Il tempo dei nuovi eroi”. Ma chi sono queste persone?

“Tutti noi possiamo diventare Nuovi Eroi. Noi, che stiamo vivendo un vero e proprio cambiamento di era, quando ci lasciamo guidare da valori e ideali universali, quando accettiamo di intraprendere un percorso educativo interiore che ci porti a comprendere che gli altri siamo noi e a cercare di rendere questo mondo un posto migliore per tutti. Perché così facendo non solo avremo contribuito al bene dell'insieme di cui facciamo parte, ma anche vivremo in eterno in quella parte di noi che avremo donato agli altri. In questo »

Oscar di Montigny,
direttore marketing,
comunicazione
e innovazione
di Banca Mediolanum
e amministratore
delegato di Mediolanum
Corporate University
(MCU)

Economia 0.0

È l'economia sostenibile, che non bada solo al profitto, ma che esprime la capacità di esistere insieme, nella relazione dell'uomo col tutto e non soltanto come parte di quello che lo circonda



senso ritengo che sia necessario ripartire dalle basi, dalle origini, da un nuovo sistema economico che ho chiamato Economia 0.0. Un'economia sostenibile, che non bada solo al profitto, ma che esprime la capacità di esistere insieme, nella relazione dell'uomo col tutto e non soltanto come parte a sé stante di quello che lo circonda".

Lei è speaker al World Business Forum di Milano per la seconda volta nel giro di pochi anni. Non capita a tutti. La sua visione critica piace. Da cosa nasce?

"Questa riflessione è maturata in anni di esperienze personali e professionali, di incontri con personalità fra le quali Tara Gandhi, il Dalai Lama, Lech Walesa, Michail Gorbacev, Ennio Doris, Patch Adams e soprattutto Patrizio Paoletti. Ne ho parlato anche nelle scorse settimane in occasione del mio speech al World Business Forum che si è tenuto a Città del Messico così come già feci l'anno passato a quello di Madrid. Sono tutti rimasti colpiti da questa impostazione che nasce dall'interno del mondo delle imprese. Ma è comunque qualcosa di palpabile già tra le persone. Basta stare in mezzo alla gente di qualunque età e in qualunque luogo e prestare attenzione a ciò che si osserva e si sente: c'è voglia di cambiamento, di provare nuove strade. Il modello economico attuale non è più sostenibile e tutti ne siamo consapevoli anche se nessuno vuole parlarne. I miei sono concetti semplici e forse per questo trascurati nel corso degli anni ma è giunto il momento di riscoprirli. E il cambiamento è anche il tema del World Business Forum di Milano, ovvero "Be Beta". Siamo tutti in uno stato Beta permanente. Essere Beta al giorno d'oggi significa potersi rinnovare ogni mattina, con un obiettivo che rimetta un mondo di valori al centro della nostra vita e della professione. Essere Beta è anche concedersi la possibilità di essere nuovi in ogni istante, sia come individui sia come professionisti. E ciò vale anche per le aziende".

Chi è Oscar di Montigny

Oscar di Montigny è il direttore marketing, comunicazione e innovazione di Banca Mediolanum e amministratore delegato di Mediolanum Corporate University (MCU). È in Banca Mediolanum dal 2000 e ha lavorato nella funzione Formazione e Sviluppo della rete di vendita del Gruppo, contribuendo alla creazione e al lancio della "Scuola di Formazione per lo Sviluppo del Potenziale Umano". Nel 2008 ha ideato, progettato e seguito il

lancio di "Mediolanum Corporate University", istituto educativo al servizio della Community Mediolanum (Rete di Vendita, Sede, clienti) e che tuttora dirige. Dal 2011 è anche autore del blog "Oscar di Montigny - Riflessioni per il Terzo Millennio", in cui il manager ama condividere idee che da tempo sta indagando nella vita personale e professionale, nelle relazioni affettive e sociali, nel mondo interiore ed esteriore. Idee che affascinano perché magnetiche.

Ma quali sono i valori alla base di quella che lei chiama Economia 0.0?

“Quella che io ho battezzato Economia 0.0 è un sistema basato sul capitale creativo culturale, fondato sulla trasparenza, sulla gratitudine e sulla responsabilità. E soprattutto sull’amore, che ritengo sia l’atto economico per eccellenza. Ogni attimo che viviamo è un dono e devo innanzitutto educarmi a essere grato di tutto ciò. Devo cioè provare Gratitudine verso me stesso e verso l’altro. Ogni nostro comportamento deve essere in grado di generare la Gratitudine nei nostri confronti, è questo l’Elisir del mio Nuovo Eroe. La Gratitudine è la capacità di mettere a fuoco il valore, tralasciando ciò che non è utile, come i bisogni. Provare Gratitudine significa seminare nell’altro la visione di un nuovo senso della vita, di un nuovo senso di noi stessi nella vita. Per questo parlo di 0.0: è una riscoperta di qualcosa che già ci appartiene. Si tratta di una sorta di ritorno a casa, alle origini”.

Allora come dobbiamo comportarci, cosa ci dobbiamo aspettare dagli altri?

“Chiunque saprà suscitare la Gratitudine di un altro, avrà vinto la sfida della nuova epoca. Chiunque non vi riuscirà potrà al massimo essere ricco, bello e famoso.

Ma questo non è più sufficiente e lo vediamo ogni giorno. Esistere nel beneficio vitale recato all’altro sarà la genesi del nuovo successo. Un mondo ispirato dal sentimento della Gratitudine produrrà grandi benefici per l’intera umanità, divenendo radice per la nuova Era”.

Lei è un uomo di azienda, non un filosofo. Come si coniuga questo suo pensiero all’interno delle aziende?

“Come le ho appena detto, i Nuovi Eroi saranno distinguibili dai comuni mortali perché avranno in sé la scintilla del divino bene: fare della propria vita una dono e fare di questo dono qualcosa di significativo per l’insieme, questo è l’unico valore veramente utile alla costruzione di un futuro migliore per tutti. Fare del bene e farlo bene, fare della nostra vita un prodotto dell’umanità e fare di questo prodotto qualcosa di significativo per l’insieme. Tenendo ben presente, poi, i fondamentali del marketing del futuro che sono Umanità e Responsabilità Sociale. Le aziende dovranno saper condividere valori oltre che prodotti, i clienti non vorranno comprare qualcosa da te ma fare esperienza di te. Una forma embrionale di questo pensiero è rappresentata ad esempio dalle Benefit corporation o B-company. Società for-profit che vogliono andare oltre l’obiettivo del profitto e massimizzare il loro impatto positivo verso la società e l’ambiente. La strada è ormai tracciata. Insomma, il mondo ci sta cercando... lasciamoci trovare!”.



"Il tempo dei Nuovi Eroi", un saggio tutto da leggere

Un giorno del 1999, in un improvviso istante di presenza, mi sono accorto che la vita scorreva tanto intensa quanto inesorabile, e che dietro di me restava ben poco di ciò che credevo di essere stato fino ad allora. È stato in quell’istante che ho cominciato a intravedere qualcosa, un raggio di luce, e il mio cuore si è aperto a un’emozione nuova, diversa. Ho quindi iniziato a cercare, a osservare, a studiare, a pormi domande, ma non riuscivo a trovare risposte che non fossero in realtà domande più grandi. Ed è stata proprio una domanda, ascoltata ad Assisi in una domenica pomeriggio della primavera del 2010, a darmi la spinta decisiva a impegnarmi per dare

un mio contributo alla ricerca di una risposta: “Bisogna seminare e coltivare una visione nell’umanità. Come far capire al mondo che bisogna allargare la propria visione, per cercare una prospettiva arricchente, migliorativa, inclusiva?”. Nell’ascoltare questo mio tentativo di dare una risposta, provo a riflettere sulle microscopiche pillole di scoperta che vorrei ora condividere con te, e sulle idee che le hanno ispirate e che cercherò di raccontarti. Non ho la pretesa di credere che quello che scrivo sia la verità. Nel leggermi prova però a adottare per un momento, come se fossero tue, tue soltanto, qualcuna delle prospettive che ti porrò. Fallo con l’obiettivo di verificare se tu possa trovare in esse una qualche utilità pratica. Sarà infatti solo il risultato che otterrai a dare un reale valore a quell’idea che avrà rapito per un istante il tuo interesse, con l’auspicio e la speranza che con la parola “risultato” anche tu, come me, intenda non solo un vantaggio per te ma anche per l’insieme di cui entrambi facciamo parte. Lo confesso da subito: adoro le parole. Mi appaiono come l’atomo essenziale di quella materia che è il nostro naturale processo di comunicazione: sia interiore, con noi stessi, sia esteriore, con gli altri e con l’ambiente circostante. Ma dato il rispetto reverenziale che provo per l’arte della comunicazione, per molto tempo ho rimandato la decisione di scrivere un libro, limitandomi a tenere un blog e privilegiando piuttosto le occasioni che mi si sono presentate di parlare a eventi e manifestazioni, sia pubblici che aziendali, inizialmente solo nazionali, e poi anche internazionali. Continua la lettura, scarica il Capitolo 0 su www.oscardimontigny.it/eroi.

