

ITALIA FELIX



ANDREA ILLY

# ITALIA FELIX

Uscire dalla crisi  
e tornare a sorridere

*Una conversazione con*  
FRANCESCO ANTONIOLI

PIEMME

Publicato per



**PIEMME**

da Mondadori Libri S.p.A.

© 2018 Mondadori Libri S.p.A., Milano

ISBN 978-88-566-6452-2

I Edizione ottobre 2018

Anno 2018-2019-2020 - Edizione 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

*Introduzione*  
ALTA RISOLUZIONE

Le pagine che state per leggere sono una storia di amicizia e di rispetto. E, forse, qualcosa di ben più importante. Perché, tanto per cominciare, Andrea Illy è appassionato dell'Italia: ne è orgogliosamente innamorato, da cittadino. Come in ogni buona relazione, certo, non mancano i momenti bui e faticosi, ma questo grande imprenditore si ostina ad amarla, a cercare strade nuove per valorizzarla. Convinto che possa sbocciare un nuovo Rinascimento. Consapevole che la felicità, oltre che un diritto, è un dovere, cioè qualcosa da costruire giorno dopo giorno con le nostre mani: per noi, per i nostri figli e per i nostri nipoti.

Andrea Illy – classe 1964, presidente di illycaffè e della Fondazione Altagamma, cavaliere del lavoro dal 2018 – è un folle o un visionario? La storia di amicizia e di rispetto per l'Italia ha radici lontane. Si immerge nei valori della sua famiglia di imprenditori del caffè. Quarto di quattro fratelli, ha nel sangue – direbbe Max Weber – «l'etica protestante e lo spirito buono del capitalismo». Educazione ricevuta, senza dubbio, perché valdese, e dunque sotto il continuo pungolo al miglioramento e al senso di responsabilità.

In questa storia d'amore con il nostro Paese c'è il miglior capitalismo nostrano, intessuto di buoni rapporti,

appartenenza, rispetto delle persone e del lavoro, obiettivi sfidanti, impatto sociale e conti in ordine. Sguardo lungo, soprattutto. È l'interpretazione di quel "capitalismo familiare" di fronte al quale anche un esigente sociologo come Luciano Gallino – nato alla scuola di Adriano Olivetti e che ora purtroppo non c'è più – tornerebbe forse a sorridere, almeno un po'.

Questo libro, peraltro, è anche una storia di amicizia e di rispetto tra due coetanei. Ne sono ben consapevole: pur avendo combinato alcune cose buone nella mia vita, sono un signor Nessuno. Lui no. Eppure, ha accettato di buon grado di farsi punzecchiare ad ampio raggio: economia, finanza, impresa, politica, cultura e filosofia. Una scommessa interessante, ma un lavoro faticoso, con un rigore quasi prussiano: ore di incontri tra Milano, Trieste e Torino, con telefonate di prima mattina o collegamenti via Skype per rivedere i testi, per modulare alcuni passaggi. Cercando il meglio. Si è trattato di un confronto da cui ho imparato molto: costretto – volente o nolente – dal "chimico umanista" ad approfondire autori, a riprendere in mano saggi e romanzi, a non dare nulla per scontato, a verificare dati e teorie.

Perché mi sono cacciato in un guaio del genere? Confesso: in alcuni momenti me lo sono domandato. Intanto, se è nata questa conversazione sull'Italia, il "merito" è di papa Bergoglio. Nel 2016, chiesi ad Andrea di commentare qualche aspetto dell'attuale pontificato per il volume che stavo curando, *Francesco e noi* (Piemme, 2017). Immaginavo un secco rifiuto. Al contrario, mi rispose subito, scrivendo poi un testo particolarmente originale.

Che cosa mi aveva colpito e continua a incuriosirmi

di questo imprenditore schivo, riservato e puntiglioso? L'ho messo bene a fuoco soltanto di recente, dopo aver letto una avvincente riflessione di Massimo Mantellini sui tempi che stiamo vivendo. In *Bassa risoluzione* (Einaudi, 2018) parla della riduzione delle aspettative che ci siamo creati nella frenesia digitale: l'economia dell'immediato, senza memoria, con immagini sgranate, pronte a scomparire; la tendenza al ribasso, insomma, perché tutto possa circolare più rapidamente. Una babele esistenziale e informativa, acuita dai social, spesso bacheca di superficialità certificata.

Ecco, l'*Italia felix* che ha in mente Andrea Illy è esattamente l'opposto: è corresponsabile, orgogliosa, altruista. Persino ambiziosa. Questo è il caleidoscopio con cui suggerisce di guardare il nostro futuro. È testa, non pancia: è *alta risoluzione*. È un modo per dire che la mediocrità non è un valore, che vogliamo molto di più per il nostro bellissimo e straordinario Paese e che siamo disposti a mobilitarci subito: per noi, per i nostri figli e per i nostri nipoti.

Francesco Antonioli  
Milano, 31 agosto 2018





## IL TESORO NASCOSTO

*La felicità e i suoi perché*

*Caro dottor Illy, mi scusi: ma lei davvero pensa che possiamo metterci qui a parlare di felicità con tutto quello che sta succedendo?*

Sì. Lo penso. Intanto perché il nostro Paese è messo male in quanto a felicità e bisogna darsi da fare. Secondo il *World Happiness Report 2018*<sup>1</sup>, il sesto dal 2012 – l'anno in cui, con l'appoggio dell'ONU, il Sustainable Development Solutions Network ha istituito la Giornata mondiale della felicità ogni 20 marzo –, siamo al quarantasettesimo posto in graduatoria su 156 nazioni. Eravamo ventottesimi nel 2012, ma in seguito alla crisi nel 2015 eravamo scesi al cinquantesimo. Il quarantasettesimo posto, dunque, costituisce una leggera risalita. Non è uno scherzo ragionare sulla felicità, è una cosa serissima. Le Nazioni Unite, con questa iniziativa, intendono chiedere ai governi «un approccio più inclusivo, equo ed equilibrato alla crescita economica che promuova lo sviluppo sostenibile», la lotta alla povertà, ma soprattutto «la felicità e il benessere di tutte le persone». Il rapporto è stato presentato alla Pon-

<sup>1</sup> L'intero report è disponibile online all'indirizzo: <http://worldhappiness.report/ed/2018/>.

tificia Accademia delle Scienze, in Vaticano. Io c'ero. Mi ha colpito il saluto del cancelliere Marcelo Sánchez Sorondo: «Il problema della felicità è il vero problema dell'umanità». Poi, il vescovo ha osservato: «Nei vangeli, Cristo parla della felicità nel celebre Discorso della montagna. Non solo felicità individualistica, ma nel rapporto con gli altri e con la natura, cuore del messaggio di papa Francesco che ricorda che la felicità è legata all'esercizio delle virtù, in particolare giustizia e carità. Il problema è che oggi tutti noi cerchiamo soltanto la soddisfazione personale senza preoccuparci degli altri. È importante invece impegnarsi per la felicità di tutti e includere gli altri nella nostra felicità».

Non è una questione irrilevante per costruire il futuro nostro e dei nostri figli. L'economista americano Jeffrey Sachs, direttore dell'Earth Institute alla Columbia University, consulente di papa Francesco e coautore del rapporto realizzato con il sostegno della Fondazione che porta il nome di mio padre Ernesto, dice giustamente che «sempre più governi utilizzano gli indicatori di felicità per dare corpo alle decisioni politiche».

Se questa è la prospettiva, io credo che possiamo parlare a ragion veduta di *Italia felix*, di “Italia felice”. Perché può e deve diventarlo. Abbiamo gli anticorpi. Siamo molto “resilienti”, tanto per cominciare, e la “resilienza” – ci spiega la psicologia – è la capacità di una persona di affrontare con maturità e superare un evento traumatico o un periodo difficile. Lo abbiamo dimostrato durante questi anni di crisi economica, grazie ai nostri “ecosistemi”. In natura un “ecosistema” rappresenta un'unità fondamentale: è l'insieme degli organismi viventi e delle

sostanze non viventi con le quali i primi stabiliscono uno scambio di materia e di energia in un'area delimitata. Quasi sempre gli ecosistemi sono "aperti". Tutti sanno che l'ecosistema più straordinario al mondo è adesso quello della Silicon Valley. Pochi sanno che si è ispirato ai nostri distretti industriali – ne abbiamo avuti fino a 199 nel 1991 – e alle nostre cooperative. Sono venuti a studiarci negli anni Settanta, perché eravamo un laboratorio tipico pur in una società campanilista, caotica e litigiosa, capace tuttavia di intrecciare relazioni e talvolta favori, in realtà abile a scambiare soprattutto saperi. Legami temporanei, flessibili e fragili, s'intende, a differenza della vicina Francia, ma proprio per questo più adatti ad affrontare la complessità, che è oggi il problema, il tema dominante: con i nostri "ecosistemi" noi italiani siamo più idonei a muoverci e ad arrangiarci nei momenti di grave difficoltà. C'è un libro, *The Rainforest. The Secret to Building the Next Silicon Valley*, scritto da due investitori di *venture capital*, Victor W. Hwang e Greg Horowitz<sup>2</sup>, che descrivono come è organizzata la Silicon Valley. Nel volume spiegano bene il funzionamento di questa società basandosi sulle teorie dei "legami deboli": favori, pareri, amicizie, piccole lobbies, e poi, le reti delle parrocchie, delle famiglie, delle comunità amicali e parentali. Una sorta di *humus* particolarmente fertile; ecco i nostri "ecosistemi". Siamo come le formiche. La nostra società sembra avere molti punti in comune con questi insetti, straordinariamente resilienti e intelligenti: se as-

<sup>2</sup> V.W. HWANG, G. HOROWITT, *The Rainforest. The Secret to Building the Next Silicon Valley*, Lightning Source Inc., La Vergne, Tennessee, 2012. Sull'esperienza di Hwang e Horowitz si può trovare buon materiale sul sito [www.therainforest.com](http://www.therainforest.com).

somigliamo a loro, che hanno ben più milioni di anni di storia di noi uomini, questo mi rassicura.

*Dobbiamo essere formiche, dunque. Siamo troppo cicale?*

Non è solo questo. Altri Paesi, apparentemente, sembrano più forti nel breve-medio termine, ma nel lungo termine lo saremo noi. I nostri ecosistemi andrebbero oliati e stimolati opportunamente. Prendiamo due città come Milano e Torino. Fino a pochi anni fa sembravano destinate a un declino inesorabile, invece, grazie a eventi come le Olimpiadi invernali e l'Expo 2015, hanno ripreso a brillare: centri storici ripuliti e restaurati, iniziative culturali, turismo rilanciato. Non bisogna smettere di rinnovarsi, sennò ci si siede, incapaci poi di rialzarsi.

Sono un ottimista, è vero, ma non un ingenuo. Guardo il mercato che rappresento, come presidente di Altagama<sup>3</sup>, quello dell'eccellenza italiana. Siamo partiti per ultimi, in “disordine sparso”, a competere a livello internazionale; poi però abbiamo recuperato tutto il ritardo, e ora ci troviamo a essere co-leader con chi invece si era organizzato in maniera strutturata, massiccia, con la bene-

<sup>3</sup> La Fondazione Altagama riunisce dal 1992 le imprese che rappresentano l'alta industria culturale e creativa italiana e che si distinguono per innovazione, qualità, design e servizio. Le imprese Altagama sono ambasciatrici mondiali dello stile di vita italiano, operano nei settori della moda, del design, della gioielleria, dell'alimentare, dell'ospitalità, della velocità e del wellness. La missione di Altagama è accrescere la competitività dell'alta industria culturale e creativa italiana, contribuendo alla crescita economica e sociale dell'Italia. Fin dalla sua creazione la Fondazione Altagama ha valorizzato l'*Italian Contemporary Essence*: il “bello, buono e ben fatto” così ben rappresentati dal simbolo del marchio Altagama, l'*icosahedron vacuus* che Leonardo da Vinci disegnò per il trattato *Divina proporzione* di Luca Pacioli, in cui l'artista e il matematico si incontrano per definire le regole di realizzazione del bello. Si veda [www.altagama.it](http://www.altagama.it).

dizione dello Stato, come i cugini francesi spinti dalla loro irrefrenabile *grandeur*. Noi non abbiamo assolutamente goduto di tutta questa organizzazione, perché – almeno all’inizio – l’eccellenza e il lusso in Italia erano visti come *politically incorrect*, e quindi abbiamo agito malgrado l’assenza di sostegno pubblico. In Italia sembriamo tutti scappati di casa, ma quando decidiamo di partire poi recuperiamo sulla distanza. E alla grande. Sono segnali importanti che contraddicono completamente quello che generalmente si sente dire di noi; si tratta di una prospettiva diversa, di cui dovrebbero essere maggiormente consapevoli anzitutto gli imprenditori e gli industriali.

*Insomma, lei dice che abbiamo già una chiave per risolvere gran parte dei nostri guai e non ne siamo consapevoli. È così?*

Noi, soprattutto, possediamo un tesoro: il “moto perpetuo della bellezza”. Semir Zeki, dell’University College of London e padre della neuroestetica, la disciplina che unisce le neuroscienze cognitive all’estetica, ha compiuto studi e ricerche affascinanti sulla neurofisiologia della bellezza<sup>4</sup> che possono aiutarci a capire. La bellezza non è un concetto astratto, ma affonda le sue radici nel cervello, in particolare nell’area specializzata a elaborare le emozioni. E le emozioni ci fanno crescere in umanità e migliorare come civiltà. Nel 2001 Zeki ha avviato un

<sup>4</sup> Si vedano in proposito: S. ZEKI, *Splendori e miserie del cervello*, Codice, 2014; S. ZEKI, *Con gli occhi del cervello. Immagini, luci, colori*, Di Renzo Editore, 2011; S. ZEKI E L. LUMER, *La bella e la bestia. Arte e neuroscienze*, Laterza, 2011.

nuovo tipo di ricerca proprio per indagare i meccanismi biologici dell'apprezzamento estetico, studiando la relazione tra arte e cervello. Le sue ricerche, interessantissime, hanno dimostrato che esistono due modi di percepire il bello: uno oggettivo e uno soggettivo. Quello oggettivo è dovuto a dei parametri intrinseci (la bellezza) e coinvolge i centri corticali parieto-occipitali, orbito-frontali e l'insula. Quello soggettivo, invece, nasce dall'amigdala, è strettamente legato all'individuo e viene condizionato dalla cultura e dalle esperienze individuali. La bellezza risulta perciò "codificata" nel nostro cervello e le ricerche neuroscientifiche sembrano mostrare che esiste una sorta di bellezza oggettiva, trasversale alle epoche storiche e alle culture. E tra i criteri di bellezza, per esempio, il nostro cervello predilige le proporzioni, in accordo con i dettami della "sezione aurea", che a partire dal Rinascimento è diventata il canone per antonomasia della bellezza estetica e dell'armonia.

Ebbene, in Italia non buttiamo via nulla di ciò che è il bello del passato e della storia: al contrario lo curiamo, lo coltiviamo. Aggiungo: dovremmo farlo molto di più. Perché il "moto perpetuo della bellezza" è proprio questo: custodire, proteggere patrimoni di splendore e di memoria, diventare *heritage promoter*. La bellezza, in buona sostanza, non si esaurisce, ma può essere arricchita e valorizzata continuamente. Esattamente il contrario del petrolio, che si consuma e danneggia l'ambiente. La bellezza, invece, non si consuma, si riverbera nel cosmo e può innescare straordinarie sinergie in tutti quei settori di cui costituisce la filigrana essenziale: non solo arte, quindi, ma anche turismo, prodotti di qualità, industria. Siamo un Paese ba-

ciato dalla bellezza della natura: mari, monti, laghi, colline, ineguagliabili paesaggi. Ed è questa straordinaria alchimia che fa innamorare gli stranieri di noi. Vogliamo giocarci al meglio questi doni straordinari? E poi siamo il Paese con il maggior numero di siti Unesco al mondo, patrimoni di bellezza creata dall'estro di geni grandissimi. Oso dire che per certi versi noi italiani siamo persino assuefatti alla bellezza: la consideriamo scontata o retaggio del passato. Eppure, anche oggi ci sono incommensurabili possibilità di creare bellezza e di esaltare quella che già c'è, e sono persuaso che ci siano anche grandi menti e volontà italiane pronte a farlo: dobbiamo ripartire dai nostri territori per renderli ancora più attraenti e soprattutto più fruibili.

*Che cosa stiamo aspettando?*

Appunto: che cosa stiamo aspettando? Anche perché c'è poi un secondo, preziosissimo tesoro: la nostra collocazione geografica, assolutamente baricentrica nel Mediterraneo, crogiolo di popoli e culture. Non esiste in tutto il pianeta un territorio così piccolo che sia stato culla di civiltazioni tanto diverse. Adesso siamo attanagliati dal dramma dell'immigrazione e degli sbarchi, ma lo supereremo, ne sono convinto. Dobbiamo credere alle fecondissime contaminazioni culturali che si potranno generare, tutte convergenti sull'Italia, che quindi sarà ancora di più un catalizzatore di bellezza. Infatti, il punto sta proprio nel ridestare quella vocazione originaria che in una storia millenaria ha portato qui le migliori menti del Medi-

terraneo, folgorate dalla bellezza. Secondo quei meccanismi studiati da Zeki, attraverso il loro atto creativo – in campo artistico, letterario, architettonico – hanno saputo fondere natura e cultura. Questo meccanismo ha in sé un potenziale incredibile perché s’incrocia con il *mega-trend* più importante dell’umanità, la globalizzazione, che a mio avviso porterà a un progressivo sradicamento della povertà e alla più grande crescita della *middle class* a livello planetario della storia dell’umanità.

*Sia sincero: la globalizzazione ha creato più danni o più felicità all’Italia?*

La globalizzazione economica è la più bella cosa che potesse accadere negli ultimi anni dal dopoguerra in avanti: perché crea via via opportunità di sviluppo per i Paesi meno fortunati. Certo, soprattutto a partire dal 2017 e con l’avvio delle politiche protezionistiche del presidente Trump, alcuni analisti hanno iniziato a parlare di “eclissi della globalizzazione”, ma lo scontento che ha portato il *tycoon* alla Casa Bianca viene attribuito all’assenza di redistribuzione della ricchezza. Questo è un problema serio, perché, se non gestito bene, fa aumentare il divario tra il Nord e il Sud del pianeta. Sono profondamente convinto che chiudere ed erigere muri, alla fine, non aiuti la crescita; la globalizzazione, invece, favorisce la crescita economica, ma deve essere uno sviluppo globalmente sostenibile, e ne parleremo.

Guardiamo la Cina, per esempio. Ci ha messo solo una ventina di anni, ma il Paese forse più povero al mondo



adesso è in vetta tra le potenze mondiali. La velocità della sua crescita è stata impressionante. Con effetti anche sull'Italia. A partire dagli anni Novanta e poi, nel 2001, con l'ingresso di Pechino nel WTO (l'Organizzazione mondiale del commercio) l'"ondata cinese" ha creato non pochi contraccolpi: a partire dal tessile, e progressivamente in altri settori, spesso con "concorrenza sleale" – con non pochi problemi. Ci sono alti e bassi, naturalmente, ma gli shock sia della globalizzazione sia del boom cinese hanno dato una scossa alle nostre imprese, obbligandole a posizionarsi sullo scacchiere internazionale. Non è facile e non bisogna scoraggiarsi, nonostante i problemi di instabilità globale aggravati dal terrorismo fondamentalista. Mi pare che oggi ci si debba concentrare sull'Africa, continente che bisogna "sbloccare" in senso positivo. La crescita economica dell'area sub-sahariana – secondo la stima aggiornata della Banca Mondiale contenuta nell'ultima edizione del rapporto *Africa's Pulse* – dovrebbe raggiungere un tasso del 3,1% nel 2018 e stabilizzarsi in media intorno al 3,6% nel biennio 2019-2020.

*Torniamo al tema della bellezza che ci salverà, fortemente connesso a quello della felicità: non si sente un po' troppo ottimista in questo suo entusiasmo?*

No. Tutt'altro. Lo psicologo americano Abraham Maslow<sup>5</sup>, con la sua "piramide" individuata già nel 1954, descriveva bene la scala dei bisogni dell'uomo: fisiologici,

<sup>5</sup> Si veda in particolare: A.H. MASLOW, *Motivazione e personalità*, Armando Editore, 2010.

di sicurezza, di amore e di appartenenza, ma anche di riconoscimento e di stima, di autorealizzazione e, infine, di trascendenza. L'ho studiata con attenzione. Si tratta di un "modello motivazionale" dello sviluppo umano basato proprio su una "gerarchia di bisogni": la soddisfazione di quelli più elementari, che stanno alla base, è la condizione per fare emergere i bisogni di ordine superiore. Al vertice ci sono i bisogni di autorealizzazione che inducono a esprimere le nostre potenzialità: la creatività, la spontaneità, la capacità di relazione, per comprendere meglio noi stessi e il mondo che ci circonda. I bisogni di trascendenza spingono a superare i propri limiti, a trascendere la propria individualità per riconoscersi parte di una comunità, di un pianeta, di un universo superiore di ordine divino.

Negli ultimi due gradini motivazionali – l'autorealizzazione e la trascendenza – si coglie tutta la necessità umana di fare un' "esperienza estetica": ebbene, l'Italia, patria della bellezza, può diventare il primo fornitore in assoluto di tali esperienze. In questo senso, insisto nel dire che abbiamo enormi possibilità. La bellezza, però, bisogna custodirla. L'Italia, Paese dei mille campanili, possiede un patrimonio infinitamente più grande di quello che appare a prima vista: è disperso e atomizzato sul territorio. Questo è il motivo per cui ho contribuito nel 2014 a costituire la Fondazione Italia Patria della Bellezza, voluta da Maurizio di Robilant (presidente della RobilantAssociati, società di *brand advisory* e *strategic design*): costruire una "identità competitiva" per l'Italia e trasformare il suo straordinario potenziale di bellezza in una risorsa strategica di sviluppo. Di Robilant ha in mente – e spero che

un giorno si riesca a fare – un grande censimento di questi tesori, anche dei beni segretamente custoditi da tante famiglie. Prima che lo faccia Google, è meglio che lo facciamo noi. Ne sono assolutamente convinto.

### *Esiste una ricetta per la felicità?*

Una ricetta facile no. Intanto la felicità non va confusa con la gioia, che è quell'emozione forte che t'invade quando hai raggiunto un obiettivo. E non va guastata con i sensi di colpa: lo dice in maniera molto puntuale e liberante il cristianesimo, nonostante gli effetti ancora persistenti di una certa educazione cattolica, che ha purtroppo reso opprimente e grigio il messaggio della Bibbia. Con un soffocante senso di colpa, che ha condizionato la formazione di molte generazioni. La felicità non si raggiunge dunque tramite le emozioni, anzi, secondo l'insegnamento buddista, bramare di vivere emozioni positive e di evitare emozioni negative è la causa dell'infelicità degli uomini. La felicità è lo stato d'animo di chi è sereno, fiducioso anche nelle preoccupazioni, capace di condividere questa sua condizione. Infatti, la principale finalità della felicità è l'altruismo, declinato nelle varie virtù. Essere felici è un dovere. E lo sostengo in modo molto laico, anche se sono conoscente e ammiratore dell'uomo più felice del mondo, Matthieu Ricard, classe 1946, monaco buddista e genetista francese, con il quale mi sono confrontato sulla felicità. Pensi, nel 2009 una ricerca condotta dall'Università del Wisconsin sul suo cervello ha portato a risultati davvero singolari.

Matthieu – che dopo diversi e lunghi soggiorni in India, Nepal e Tibet è diventato un consigliere del Dalai Lama per la cura di numerosi progetti umanitari – è stato monitorato con quasi 300 sensori applicati alla testa per indagare il funzionamento del suo cervello in stato di meditazione empatica. Ebbene, gli scienziati dell’Affective Neuroscience Laboratory hanno potuto constatare che lui produceva un livello altissimo di onde gamma, che corrispondono a picchi di concentrazione e a livelli elevati di funzionalità cognitiva. Inoltre, è emerso che, durante queste fasi, si registrava un significativo aumento dell’attività cerebrale nella corteccia prefrontale sinistra, area associata all’autocontrollo, alla compassione e alla sensazione di felicità. Mediamente i risultati sono compresi in una forbice che va da +0,3 (la disperazione) a -0,3 (la beatitudine). Ricard, invece, ha toccato un sorprendente -0,45, che è in assoluto il risultato più alto mai raggiunto in questo particolare tipo di test scientifici. Per questo lo si può dichiarare ufficialmente “l’uomo più felice del mondo”. Ebbene, proprio Matthieu mi ha parlato dell’*eudaimonia*, l’ideale aristotelico, ovvero l’aspirazione alla felicità intesa come scopo ultimo della vita e fondamento dell’etica, che si ottiene praticando le virtù attraverso la conoscenza e il comportamento.

*Perché è rimasto affascinato da questa prospettiva?*

Mi sembra, per dirla con Aristotele, una splendida prospettiva di “amicizia civile” tra gli uomini, tra tutti gli uomini. Ecco perché ne parlo in modo laico e con entu-

siasmo. La parola greca *eudaimonia* è composta dal prefisso *eu* (che significa “buono”) e da *daimon* (demone) e fa riferimento a quello stato di benessere generato dalla presenza, appunto, di un *daimon* buono, una specie di spirito guida che sovrintende al destino degli individui. L’eudemonismo – e questo per me è centrale – non si basa dunque sulla relazione tra felicità e piacere (questo è l’edonismo), ma sulla relazione tra felicità e virtù. Tra coloro che hanno condotto, nell’antichità, i migliori ragionamenti sull’eudemonismo ci sono Platone – secondo cui tutte le virtù in qualche modo si identificano nel sapere, rendendo così possibile la felicità, perché chi conosce quale sia il vero bene non può che fare di tutto per perseguirlo – e, appunto, Aristotele, che sostiene l’identificazione della felicità con il raggiungimento dei propri fini e l’attuazione delle proprie capacità, la cui vetta assoluta è il perseguimento della verità assoluta teorica. Ma ciò che è importante, al di là di questo, è che l’eudemonismo concepisce la felicità come premio alla virtù, che ne è pertanto una condizione imprescindibile. Questa concezione, durante l’Illuminismo, è stata ripresa dall’utilitarismo di Jeremy Bentham: nella sua visione è utile ciò che comporta «la maggior felicità del maggior numero di individui».

Dal punto di vista scientifico mi sento di aggiungere un’ulteriore considerazione. Noi uomini e donne siamo dotati di feromoni – scoperti peraltro solo in epoca recente – come gli insetti, come molti altri animali, come le piante. I feromoni sono dei “mediatori chimici” che fanno avvicinare le persone: vengono emessi dagli organismi con la funzione di inviare segnali a individui della stessa specie.