

CHI SIAMO CONTATTI LA TUA PUBBLICITÀ SU MILLIONAIRE GLI SPOT

# millionaire.it

il sito di business più letto

NEWS BUSINESS STARTUP LAVORO MOLLO TUTTO SFIDE HI TECH FRANCHISING LA RIVISTA

HOME / QUAL È IL RAPPORTO TRA SOLDI E FELICITÀ? LO SVELA UN LIBRO

## Qual è il rapporto tra soldi e felicità? Lo svela un libro

3 DIC 2014 di GIANCARLO DONADIO in MILLIONAIRE, NEWS con 0 COMMENTI



«Sono partito da una domanda semplice: "I soldi fanno o meno la felicità" e ho provato a dare una risposta, osservando la questione da più prospettive, marketing, psicologia, sociologia, macroeconomia» spiega a Millionaire Fulvio Fortezza, 38 anni, docente di marketing presso dipartimento di Economia e management dell'Università di Ferrara: è l'autore del libro *Felicità, Marketing e nuove pratiche di consumo* (Franco Angeli Editore, 23 euro).

### Perché un libro su soldi e felicità?

«L'idea mi è venuta guardando un servizio delle lene alla tv: l'inviato visitava le tendopoli dell'Aquila, all'indomani del terremoto che aveva distrutto la città. Quello che mi ha sorpreso è il clima di serenità che si leggeva nei loro occhi, nonostante avessero perso tutto. Si aiutavano a vicenda, sorridevano. Allora ho pensato di indagare il rapporto tra consumi e felicità, allargando la riflessione a come i consumatori oggi cambiano le loro abitudini e come le aziende devono muoversi per intercettare i loro nuovi bisogni».

### Esiste un rapporto tra reddito e felicità?

«Ci sono variabili da tenere in considerazione. La felicità di una persona si fonda su alcuni presupposti, indipendenti spesso dal suo guadagno reale: la passione verso il suo lavoro, la qualità delle relazioni all'interno del suo nucleo familiare, come con colleghi, amici, il contesto sociale in cui è inserita (se c'è un clima di comunità in cui tutti sono disposti a collaborare, se al contrario c'è indifferenza). In questo quadro, un incremento del reddito può portare alla felicità solo se sono garantite queste condizioni. Altrimenti, non si spiegherebbe perché molti manager con posti fissi super pagati, abbandonano il loro lavoro per mettersi in proprio, cercare una vita più sostenibile, trasferirsi dalla città alla campagna. Come succede in tante storie che voi di Millionaire raccontate».



> **ABBONATI** > iPad edition  
 > Le copertine > I contenuti del mese  
 > Google Play



### LA NEWSLETTER DI MILLIONAIRE






Come stanno cambiando i consumi e come devono muoversi le aziende per intercettarli?

«Il consumatore vuole sempre meno possedere un prodotto e sempre più vivere un'esperienza. C'è un ritorno all'autenticità delle cose. Insomma, chi ha soldi pensa sempre più a spenderli nel modo migliore e più gratificante possibile. In un quadro così mutato, le aziende devono sempre di più specializzarsi in prodotti o servizi in grado di aiutare i consumatori a realizzare se stessi e i loro sogni. A raggiungere quella felicità che è il tema portante del libro. Per farlo devono riuscire a rendere il consumatore protagonista nella creazione di un prodotto o servizio. E, infine, puntare su un marketing tribale, creare, in altre parole, idee per una community di appassionati (dai motociclisti, agli amanti dei viaggi o della buona cucina...)».

Nel libro fai esempi di aziende che sono riuscite a trovare la chiave per capire il consumatore di oggi e soddisfare i suoi bisogni. Ci fai qualche esempio e ci spieghi come hanno fatto?

«Nel libro parlo di alcuni casi celebri nella sharing economy, l'economia della condivisione. Airbnb per gli appartamenti, Uber e Blablacar per i trasporti, hanno mostrato una strada. Trovare un'idea per mettere in comunicazione le persone, farle risparmiare, socializzare, divertirsi. In altre parole, hanno superato la vecchia logica nella quale vigeva un distacco tra il produttore di un bene e il consumatore, rendendo i loro clienti protagonisti del business. Altri come la Virgin di Richard Branson e Eataly di Oscar Farinetti (per citare un caso di successo nostro) sono riusciti a creare degli scenari, squarci di un mondo migliore. Eataly attraverso un'educazione alimentare in cui il consumatore viene invitato a consumare meno, ma meglio. A informarsi sulla storia di ciò che mangia. Virgin, soprattutto, attraverso il sostegno a tanti progetti umanitari».

Fulvio Fortezza è anche l'ideatore di [www.experientya.it](http://www.experientya.it), spazio dove coinvolge colleghi, studenti, manager curiosi e appassionati di marketing. E di [www.zerorelativo.it](http://www.zerorelativo.it), prima community italiana di prestito, dono e baratto online.

Il libro sarà disponibile online in libreria a partire dall'otto gennaio 2015.

Giancarlo Donadio

TAGS: baratto, economia della condivisione, fulvio fortezza, marketing, sharing economy, soldi e felicità

CATEGORIE: Millionaire, News

Invia un commento

Nome \*

Email \*



LE GRANDI  
INCHIESTE  
DI **millionaire**  
IN PDF

A SOLI **99**  
CENTESIMI

RICHIEDILE QUI >>>

