

intervista

Delacourt: «La felicità? Non si raggiunge coi consumi futili»

DI DANIELA PIZZAGALLI

Una ricetta per superare la crisi che ha investito il mondo globalizzato? La fornisce il francese Grégoire Delacourt nel romanzo *Le cose che non ho* (Salani, pp.142, euro 12,90), in cui concede alla sua protagonista Jocelyne, una merciaia di Arras, di vincere al lotto una somma stratosferica per farle capire che la più grande ricchezza non è avere tanto, ma «continuare a desiderare quello che si ha». Il cinquantatreenne Delacourt è un pubblicitario molto noto in Francia, ma considera la scrittura la sua vera vocazione. Dopo il successo del suo romanzo d'esordio, *L'écrivain de la famille*, per la seconda prova ha scelto di vestire panni femminili. «Morivo dalla voglia d'identificarmi in una donna, per fare un omaggio a tutto il genere femminile, che ammiro profondamente, e in particolare alle donne da cui dipende la mia felicità: mia madre, mia moglie e le mie tre figlie. Per quarto è nato un maschio, un "bonus" per me, e io gli faccio sempre notare come siamo fortunati noi uomini, circondati dall'amore fin dalla nascita: siamo amati incondizionatamente dalla mamma, dalle nonne, dalle sorelle, mentre per le femmine non è altrettanto facile. Per conquistare l'amore del papà devono rivaleggiare e sentono la necessità di farsi belle, di distinguersi. Per questo le donne sono più forti e più sensibili, secondo me, mentre noi uomini diamo per scontato di essere apprezzati così come siamo».

Quindi le donne sono più attrezzate per i momenti di crisi?

«Non c'è dubbio. Per questo mi rammarico che ci siano poche donne al potere, saprebbero gestire meglio la crisi, sono più orientate a trovare soluzioni. E poi affrontano i problemi non soltanto razionalmente, ma con la forza dei sentimenti. E sono proprio i sentimenti, in particolare il perdono, a diventare necessari di fronte alla soverchiante malvagità scatenata dal diffuso senso di paura. La crisi fa paura, e la paura rende aggressivi e violenti. Invece bisognerebbe dare spazio alla solidarietà, all'aiuto reciproco».

Il titolo originale del romanzo, *La liste de mes envies*, fa riferimento alle liste di desideri compilate da Jocelyne per dare concretezza alle cose da fare con i 18 milioni vinti al lotto. Queste liste sono una sorpresa, forse per lei stessa, perché stendendole

arriva a comprendere meglio le sue necessità.

«Infatti si accorge di non aver bisogno di cose costose. Elenca qualche pentola nuova, lenzuola e biancheria, che potrebbe comprare anche con i modesti profitti del negozio e del suo blog "Manidifata" attraverso cui vende i suoi lavori a maglia. Soltanto nella lista successiva compaiono desideri di accessori firmati, come una borsa di Chanel. Quella delle marche di lusso è una grave piaga del nostro tempo: ti fanno sentire emarginato se non hai un cocodrillo sul petto».

Lei come pubblicitario ha contribuito all'affermarsi di certe marche?

«Personalmente non ho mai lavorato per marchi di lusso, m'indigno di fronte a questo slittamento di valori: è assurdo che si possa credere che la felicità risieda in una firma. Anche coloro che sono in condizioni difficili e dovrebbero dare un più corretto valore ai generi di prima necessità, quando ci sono manifestazioni di violenza collettiva vanno a sfasciare le vetrine dei negozi di lusso, per

conquistarsi un maglione o un giubbotto firmato. Questa dittatura delle marche, che si fanno credere indispensabili alla felicità, è anche un fatto politico. Non per niente l'industria del lusso non risente della crisi, ma contribuisce a fomentarla, perché se nessuno si sentirà soddisfatto finché non vestirà capi costosi, quando mai potremo uscirne?».

Che scelta fa Jocelyne?

«Mette al primo posto la famiglia, gli amici, i valori irrinunciabili e non commerciabili. Il denaro non può dare la felicità, ma può distruggerla. Purtroppo suo marito non la comprende e si lascia sopraffare dall'avidità: allora lei potrà prendersi il lusso di decidere della propria vita e di dire un terapeutico "no"».

© RIPRODUZIONE RISERVATA