

Reza Arabnia (Isvi): «Nelle imprese italiane il segreto è la comunità»

Paolo Viana

Ve la ricordate la barzelletta dell'americano, del francese dell'italiano? Finiva sempre dipingendoci come una nazione di ladri ed incapaci. Un classico del cabaret, direte. In realtà è il refrain culturale di un Paese più avvezzo ad autoflagellarsi in pubblico che ad affrontare le proprie fragilità. Ne è talmente convinto Ali Reza Arabnia che arriva a "contabilizzare" questo tic nazionale in termini di Pil: «La convinzione di essere l'ultimo della classe, subconsciamente, esercita un effetto economico. Se un'impresa italiana è impegnata in un accordo commerciale può succedere, e succede, che lo negozi al ribasso. Cioè che pensi di ottenere abbastanza, confrontandosi con una manifattura straniera, nella convinzione di offrire un bene o un servizio qualitativamente inferiore, laddove molte delle nostre imprese hanno invece dei livelli qualitativi nettamente superiori a quelli delle industrie del Nord Europa». Il Cavaliere del Lavoro di origini persiane che presiede l'Istituto per i valori d'impresa (Isvi) può dirlo perché ha partecipato per una vita a negoziati come quelli che descrive. Questo imprenditore ha lavorato infatti in tutto il mondo e può attestare che, malgrado il contesto giuridico "ostile" che taglia le gambe all'impresa in Italia, in molteplici settori produttivi il Paese si colloca nelle primissime posizioni delle graduatorie europee e mondiali, con un successo che è ancora oggi un segreto, ma che sicuramente è la conseguenza di molti fattori, non solo strettamente economico-finanziari.

Arabnia ha aperto aziende in tutto il mondo e non concepisce l'incredibile «attrazione anglosassone» che permea la narrazione nazionale sull'economia, che non riesce a valorizzare gli elementi identitari della "grande bellezza" italiana, neppure laddove è plateale. «Una deformazione ottica che contagia anche il mondo della ricerca universitaria - afferma - come dimostra l'ampio numero di studi sui ritardi italiani, che contrastano con il fatto che in tutto il mondo troviamo le impre-

se, ma anche le associazioni italiane in posti di primo piano. Ricordo una ricerca di qualche anno fa sulla felicità dei popoli che ci colloca al cinquantesimo posto, nettamente sopravanzati dagli islandesi. Peccato che non si sia approfondito abbastanza quale sia il significato di felicità per un islandese e per un italiano, che hanno visioni della quotidianità indiscutibilmente diverse, determinate anche dall'ambiente e dalla posizione geografica in cui vivono».

La bellezza nascosta del nostro Paese esiste anche sul terreno morale. L'Isvi ara esattamente questo terreno. Se, infatti, il tema è la capacità di rimanere fedeli a una scelta di campo e fare impresa in modo responsabile, con rispetto delle persone, delle regole e dell'ambiente, secondo Arabnia anche in questo caso noi ci disegniamo in modo nettamente peggiore della realtà. Il personaggio è alieno alla piaggeria. Rispetta e ama, come dice, il Paese che lo ha accolto e lo osserva con il distacco necessario per un giudizio.

«In Italia le aziende piccole e medie sono guidate da imprenditori che spesso parlano di economia in maniera *tranchant* senza mezzi termini e mediazioni. Poi, però, prima di licenziare qualcuno, quando le cose vanno male, quegli stessi imprenditori tagliano lo stipendio a sé stessi. Non leggono libri, non consultano report internazionali, ma sanno creare e tenere unita fino alla fine una comunità di lavoro. Oltreoceano si scrivono invece molte carte di valori che sanciscono la responsabilità sociale d'impresa ma poi si cancellano con un tratto di penna migliaia di posti di lavoro, come se fossero solo numeri».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

