

19 aprile 2004

C'è un'Italia che accetta la concorrenza
COME COMPETERE CON LA CINA

di Francesco Giavazzi

Quella che chiede al governo di essere protetta dalla concorrenza dei cinesi è un'Italia senza idee, che non sa più innovare e ha anche perduto labilità dei nostri vecchi artigiani. Se produci tegole o tondino di ferro non hai speranza; ma fortunatamente l'Italia non è tutta così. Nelle valli sopra Bergamo il cotonificio Albini produce tessuto per camicie: guardando al prodotto sembrerebbe un'azienda spacciata, e invece esporta il 70% della produzione; la settimana scorsa ha aperto un nuovo stabilimento con 80 telai, non a Shanghai ma a Mottola, in provincia di Taranto. Il segreto del successo: un imprenditore coraggioso e una straordinaria attività di addestramento dei giovani per trasmettere loro un'esperienza centenaria. Poco lontano, la Brembo costruisce i freni delle migliori automobili al mondo. Se ha un problema è che le nostre università formano pochi ingegneri meccanici: al Politecnico di Milano i migliori si iscrivono a ingegneria gestionale, vogliono tutti diventare manager, pensano che disegnare il disco di un freno sia un'attività *passée*; e così la Brembo porta a Bergamo ingegneri meccanici cechi e indiani.

Per essere competitivi ci vogliono una scuola che apra la testa, istituti professionali capaci di tramandare l'esperienza dei nostri artigiani migliori e soprattutto tanta concorrenza per evitare che si creino posizioni di rendita, il maggior ostacolo all'innovazione. In un libro che aiuta a capire come sopravvivere alla concorrenza cinese (*La leva della ricchezza. Creatività tecnologica e progresso economico* , Il Mulino, 1995), lo storico di Chicago, Joel Mokyr, scrive: «In ogni società vi sono forze che si oppongono all'innovazione, che vogliono proteggere interessi particolari, piccole e grandi rendite. Nelle aziende di questi Paesi gli ingegneri sono stati sostituiti da avvocati, commercialisti e lobbisti, ascoltati dal governo, che li protegge e guarda con sospetto agli innovatori. La storia ci insegna che qui inizia il declino di un Paese». Sembra di leggere la vicenda di certe aziende del tessile, che partite dalla creatività si sono ridotte a contrattare con il Cipe i pedaggi autostradali.

Il nostro Sud non avrà un futuro finché le famiglie penseranno che per trovare un buon lavoro i loro figli devono iscriversi a legge, o prepararsi alla carriera di commercialista. C'è un'altra Italia: all'Interaction Design Institute di Ivrea 40 ragazzi progettano nuove modalità di interazione fra l'uomo e la tecnologia. Ma sono ancora troppo pochi, e le aziende i giovani «creativi» li vanno a cercare a Londra, al Royal College of Art.

Wim Bishoff, lex capo di Shroders, una banca inglese, racconta che per assumere i giovani segue una regola precisa: prima scorre l'elenco dei laureati in lettere classiche, poi in matematica: se proprio non li trova, assume un giovane uscito dalla London School of Economics. Sorprendente? No, vi risponde: una volta assunti li invito a colazione ed espongo loro i problemi della banca. I classici e i matematici per lo più dimostrano che non hanno idea di che cosa si stia parlando; ma ogni tanto il loro modo di vedere le cose è talmente inusuale che improvvisamente capisco come risolvere un problema fino a quel momento senza vie d'uscita. Quanto ai laureati della London School, mi ripetono ciò che ho letto su *Business Week* : non imparo nulla (in Italia, 60 anni fa, l'aveva già capito Raffaele Mattioli).

La scorsa settimana scrissi che alla facoltà di matematica di Pavia, una delle migliori d'Europa, le matricole sono meno di venti: mi sono sbagliato. Quattro anni fa erano 20; quest'anno 51: fortunatamente i giovani imparano in fretta.