

IL CONFRONTO L'IMPRENDITORE IRANIANO E LA SUA FILOSOFIA AZIENDALE CHE VA CONTRO I MECCANISMI DEL MERCATO GLOBALE

L'uomo al centro del mercato la formula di Ali Reza Arabnia

CARMELA COSENTINO

● Costruire una cultura di impresa mettendo l'uomo al centro del processo creativo. Una filosofia imprenditoriale che sembra andare contro i meccanismi del mercato globale sempre più veloce sempre più tecnologico. La massimizzazione del profitto rappresenta l'unico obiettivo nel breve termine. Ma cosa accadrebbe se questi principi venissero sostituiti da un modello di comunità che capovolge lo schema e pone l'individuo al centro dell'universo-mercato? Sarebbe come tornare indietro nel tempo, all'epoca in cui l'imprenditore Adriano Olivetti stravolse le regole del mercato per creare un sistema a misura d'uomo. Il suo esempio è stato seguito da tanti, tra questi **Ali Reza Arabnia**, presidente e amministratore delegato di Geiko Taikisha, definito uno dei pochi imprenditori al mondo di spirito olivettiano, capace di comprendere lo stretto rapporto fra uomini e impresa nello sviluppo del concetto etico di industria. L'imprenditore iraniano è stato in questi giorni a Matera, ospite del Contamination Lab dell'Unibas, diretto dal professore **Giovanni Schiuma**.

Novello mecenate, l'imprenditore iraniano a capo di un gruppo industriale con un fatturato di 1,8 miliardi di dollari e oltre 5 mila dipendenti, nella piccola chiesa di Palazzo Gattini, ha raccontato ai giovani in sala la sua esperienza di vita e di lavoro maturata all'interno dell'azienda di famiglia, oggi da lui rilevata. Nato in una famiglia benestante, "a 19 anni - racconta - sono stato mandato da mio padre a lavorare nel cantiere edile come operaio. Un periodo di formazione che mi è servito non solo per comprendere le dinamiche del mercato ma soprattutto quando ho avuto la fortuna di gestire l'azienda di famiglia. Ed è

allora che ho capito e deciso di lasciare spazio ai giovani. Hanno mezza giornata libera a settimana, sembra poco ma non lo è, e in queste ore vanno dove vogliono e poi tornano con delle fantastiche idee. Il loro deficit è quello di non sapere sviluppare queste idee ed è in questo che bisogna aiutarli". Quella di Arabnia è una cultura imprenditoriale "che ho imparato dal vostro Paese - sottolinea - sono tanti gli imprenditori italiani che hanno scelto questa strada e la perseguono ogni giorno, ma sono poco conosciuti o non sono sotto i riflettori. Se poi dobbiamo ragionare nell'ottica del profitto, posso dire che nel lungo periodo, mettere l'u-



NEL SOLCO DI OLIVETTI Ali Reza Arabnia

mo al centro del sistema, è la scelta giusta". L'imprenditore iraniano, rispondendo all'invito di Brunella Guida e delle colleghe Cecilia Toni Saracini e Sandra Vaudagna componenti del Consiglio direttivo dell'Associazione Learning Communities co-organizzatrice della giornata di studio, ha voluto dare un proprio contributo al territorio lucano finanziando con 10 mila euro un progetto dell'Unibas rivolto a una cinquantina di ragazzi che intendono sviluppare progetti e idee che potrebbero rivoluzionare il concetto stesso di fare impresa proprio perché realizzati in Basilicata. "I progetti sono in fase di definizione - ha spiegato Schiuma - perché l'intento di questo incontro è ragionare sul modo di costruire una leadership che si traduca in una capacità di intraprendenza e di innovazione. Arabnia ha finanziato un progetto di coaching di comunità, ovvero di coaching per gli studenti universitari realizzato con coach nazionali, per sviluppare le loro competenze, per renderli lievito e catalizzatori dello sviluppo locale. Partendo da questi presupposti, con l'imprenditore iraniano cercheremo di capire come realizzare iniziative di successo, non per forza imprenditoriali, perché essere innovatori significa lavorare anche nel proprio piccolo per dare un contributo allo sviluppo locale, costruendo innovazione sociale. Cercheremo inoltre di capire quali sono gli ingredienti di successo e, prendendo come esempio la sua esperienza, ragioneremo sui fattori legati alle persone che fanno la differenza sul mercato oggi rispetto alla tecnologia. Ci troviamo ad operare in un territorio povero di innovazioni tecnologiche, per cui molto è legato alla capacità degli individui di saper costruire azioni. Un territorio in cui abbiamo la necessità di costruire cultura di impresa. È questa la finalità del Contamination Lab, passare dalle parole ai fatti».