

L'Italia non è più ottimista perché ha dimenticato quello che è in grado di fare

Anna Giunta e Salvatore Rossi sulle cause del nostro declino dalle imprese troppo piccole a un "diritto diventato torto"

MICHELE AINIS

Ci sono libri che fanno bene allo spirito, all'umore. Specie quando in un popolo si propaga l'umor nero, un pessimismo duro e spesso come piombo. È il caso dell'Italia, da una decina d'anni a questa parte. Già nel 2007 il 47 per cento degli italiani si dichiarava insoddisfatto della propria esistenza individuale (Pew Global Attitudes Project); una percentuale di gran lunga superiore a quella degli inglesi (34), degli spagnoli (30), dei francesi (40). L'anno dopo un'altra rilevazione (Gallup) attestò che i nostri giovani sono i più pessimisti d'Europa. Pensano che le disegualianze cresceranno ulteriormente (83 per cento). Che i migliori resteranno indietro (84). Che la loro condizione finirà per peggiorare (67).

Il futuro non è più quello d'una volta, diceva Valéry. Oggi lo dice, pressoché all'unisono, il popolo italiano. Nel 2015 l'indagine annuale del Worldwide Independent Network of Market Research sulla felicità nel mondo ci ha sbattuto all'ultimo posto: siamo i più infelici del pianeta, più

degli iracheni o dei palestinesi che vivono nei Territori occupati. Nel 2016 un'altra ricerca (Fondazione Di Vittorio) ci ha informato che in Italia gli ottimisti sono appena uno su quattro. Mentre un paio di mesi fa un'ultima rilevazione (Swg e Skuola.net) ha confermato i foschi presagi dei giovani italiani: restano i più pessimisti d'Europa, come nel 2008.

Molte ragioni alimentano questo sentimento di disfatta collettiva. Però altre ragioni lo smentiscono, disegnano un paesaggio in chiaroscuro, anziché nero come pece. Il guaio è che nel dibattito pubblico - nei libri, negli editoriali, nei convegni - hanno voce soltanto i pessimisti, i professori del declino. Nel 2005 lo diceva già Luigi Spaventa: loro sono i titolari dell'unica industria nazionale in crescita. E invece no, l'Italia non è affatto la Grecia. Abbiamo un patrimonio di risorse, una creatività che non ha pari al mondo, siamo ricchi di competenze e di esperienze, sappiamo produrre, distribuire, vendere. Ce lo ricorda un libro dal titolo eloquente: *Che cosa sa fare l'Italia* (Laterza). L'hanno scritto due economisti: Anna Giunta,

presidente della Società italiana di economia e politica industriale e Salvatore Rossi, direttore generale della Banca d'Italia.

Una lettura rincuorante, perché mette l'accento sui nostri (non pochi) talenti. Senza negare, com'è ovvio, gli effetti di questa lunga recessione sull'economia italiana: un milione di posti di lavoro persi, aumento del debito pubblico dal 100 al 130 per cento del Pil, diminuzione di quasi un decimo della produzione complessiva. Ciò nonostante, siamo ancora capaci di stare all'avanguardia; ma la competitività italiana all'estero si regge su una pattuglia di imprese manifatturiere, un quinto del totale. Le altre annaspano, licenziano, s'aggrappano al credito bancario. Per quale ragione? Perché sono troppo piccole, rispondono Giunta e Rossi. Perché la loro modesta dimensione si traduce in familismo gestionale, bassa produttività, scarsa innovazione. Perché la frammentazione delle imprese italiane ne ha ostacolato la rincorsa alle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione. E perché, infine, solo le più forti riescono a superare il gap che deriva all'operare in Italia, anziché in America o in

Germania. In breve, «le imprese vincenti sono diventate tali nonostante il Paese, le perdenti a causa di esso». E la causa più nefasta - concludono i due autori - risiede nei labirinti burocratici, nell'ipertrofia fiscale, nell'oscurità legislativa. Dipende insomma da un ordinamento giuridico che ha trasformato il diritto italiano in un torto agli italiani.

Sarà per questo che nel nostro Paese non è nata nessuna Microsoft, nessuna Google, nessuna Ikea. C'erano molte grandi imprese, fino a tutti gli anni Sessanta; in seguito hanno chiuso o si sono rimpicciolite. Nel frattempo l'immagine internazionale dell'Italia rimane seducente, ma anche un po' fané, un po' flaccida, appassita. Mentre qualsiasi prodotto tedesco - che sia una lavatrice o un'automobile - restituisce un'impressione di solidità, il nostro genio artistico viene ormai apprezzato soltanto nei settori del cibo e della moda. Ed è un peccato, anzi un delitto, perché le eccellenze italiane sono ben più numerose. Ma per invertire il declino serve l'aiuto del legislatore: con una legge in meno, non con una legge in più.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL LIBRO

Che cosa sa fare l'Italia
La nostra economia dopo
la grande crisi di Anna
Giunta e Salvatore Rossi
(Laterza pagg. 230, euro 20)

