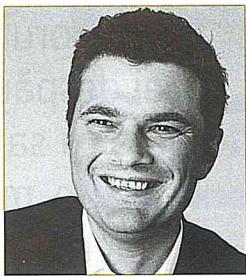


SFÂNT LOCAL VERSUS VAMPIR GLOBAL



DE MIHAI SVASTA
MANAGING PARTNER,
Svasta ICG ROMANIA

Român fiind, nu puteam să nu mă gândesc la soarta complet diferită în context istoric a două personaje din istoria noastră: prinții Ștefan și Vlad. Cei doi erau veri și, în plus, făcuseră amândoi „MBA-ul la Sтамbul” (foarte cool pentru acea vreme). Primul a ajuns sfânt, celălalt vampir.

Ce-i drept, unul e un sfânt local, cu 47+ mănăstiri la activ și cu tot atâtea victorii răsunătoare împotriva turcilor (victorii, în general ignorate de cronicile turcești ale vremii; noroc cu Papa și cu mănăstirile de la Sfântul Munte, care consemnează eforturile lui Ștefan în slujba creștinătății). Un sfânt recent, frumos, mic la stat dar mare la sfat, căruia i se iartă cu duioșie micile scăpări în relațiile conjugale, mulții boieri căsăpiți fără „giudețiu” și faptul că răzeșii se cam săturaseră de pustiit fântânile și ogoarele în așteptarea aliotmanului.

De cealaltă parte, Vlad reușește să apere creștinătatea de invazia lui Mehmet al II-lea, cel care, cu puțin timp în urmă, cucerise Constantinopolul. Tot Vlad ia o serie de măsuri foarte interesante pentru stimularea meșteșugurilor și a comerțului în Țara Românească, în paralel cu instaurarea unei atmosfere de cinste și etică care persistă și azi în conștiința poporului român (desigur, și cu sprijinul poetului

Mihai Eminescu), fiind probabil un candidat la titlul de sfânt cel puțin la fel de bun ca și Ștefan. În mod paradoxal, printr-o ironie stranie a istoriei, ajunge să întruchipeze un personaj literar și de film celebru, cu atributul mai puțin măgulitor de vampir; dar, în același timp, devine cel mai important brand al României. Un brand bun sau rău – discutabil; cel mai cunoscut brand – indiscutabil.

Eu cred că, în această dilemă, se găsesc și organizațiile din România: rămânem sfinți locali, încremeniți în metehnele unei piețe dominate de ingerința mediului politic, de dependența de banul public, de mentalitățile și culturile organizaționale provinciale sau, alegem să ne măsurăm forțele cu jucătorii din economia globală, în încercarea de a deveni și noi „un vampir global”.

Această întreprindere este una temerară, dar nu imposibilă. Este nevoie de viziune, de strategie și de competitivitate. În urmă cu 3 ani, când am proiectat Inoventiv, ne-am gândit

să punem la dispoziția potențialilor vampiri globali din România trei instrumente pentru stimularea competitivității: cum transferă cele mai noi tehnologii, cum folosesc „vrăjile” IT în interesul businessului și cum își optimizează procesele interne sustenabil, inclusiv prin prisma impactului asupra mediului.

Astfel a apărut proiectul Inoventiv, care și-a propus să pregătească manageri din industrie în cele trei domenii cu sprijinul cofinanțării din Fondul Social European prin Programul de Dezvoltare a Resurselor Umane, fără niciun fel de costuri pentru cursanți.

Eu mă tot frământ, cum e mai bine? Sfânt local sau vampir global? Nu am găsit un răspuns. Intrarea în competiția globală este un pas riscant; poate că e mai cuminte aspirația către a fi un sfânt local. Pe de altă parte, care sfânt nu și-ar dori să experimenteze, măcar o dată, cum e să fii cel mai cool vampir?

Oricum, pentru participații la Inoventiv, usturoiul e din partea casei.