

A COLLOQUIO CON ALESSANDRA SCHIAVO AMBASCIATRICE D'ITALIA IN MYANMAR – di Paola Caronni

ROMA\ aise\ - “Ho avuto modo di conoscere Alessandra Schiavo, Ambasciatrice d'Italia in Myanmar, e di apprezzarne l'operato durante il suo mandato di Console Generale a Hong Kong. Tuttora la ricordiamo con grande affetto per i numerosi progetti che è riuscita a portare a termine, non solo a favore della comunità italiana, ma anche delle relazioni economiche e degli scambi culturali tra l'Italia e Hong Kong. Tra questi, l'avvio e la conclusione dell'accordo bilaterale per evitare le doppie imposizioni fiscali, l'apertura dell'Istituto Italiano di Cultura, la fondazione dell'Accademia della Cucina Italiana a Hong Kong, il progetto del libro di storia e fotografia dei 500 anni di Italiani a Hong Kong e Macao (pubblicato in tre lingue - italiano, inglese e cinese - con un budget limitato e in tempi brevissimi), la presentazione esclusiva di capolavori originali di grandi artisti italiani - Botticelli e Caravaggio in primis - e molto altro. È, quindi, con grande piacere che accolgo la sua disponibilità a raccontarci della sua nuova esperienza in Myanmar”. Ad intervistare la diplomatica è stata Paola Caronni, vice direttrice di “CiaoMagazine”, piattaforma globale fondata e diretta da Stefania Del Monte. “D. Ambasciatrice Schiavo, è arrivata in Myanmar nel 2018 dopo un periodo molto positivo a Hong Kong, seguito da uno successivo a Roma. Quanto, la precedente esperienza in Asia, è servita a questo nuovo incarico in Myanmar? R. La precedente esperienza a Hong Kong mi è stata grandemente preziosa. Non solo perché mi ha dato modo di affinare le capacità di gestione del personale e delle risorse a disposizione – in sostanza, le abilità manageriali che ogni Capo di un Ufficio all'estero deve dimostrare – ma anche perché, al di là delle differenze evidenti tra la cultura e la storia di Hong Kong e quelle della Birmania, esistono alcuni tratti comuni “asiatici” che occorre tenere presenti nelle relazioni con tutti i partner locali, pubblici e privati. Mi riferisco in particolare a una certa ritualità nei saluti e nei primi approcci con persone e autorità, alle diverse tecniche negoziali, al rispetto per la gerarchia, alla necessità di “dare sempre faccia” agli interlocutori (e dunque evitar loro qualsiasi forma di imbarazzo o mancato riconoscimento in pubblico) e a quel modo “sottile”, meno manifesto e tutto “orientale”, di alludere a possibili difficoltà o riserve, che impongono all'occidentale che intenda operare in queste terre di adottare crismi di dialogo diversi da quelli propri della nostra forma mentis, improntata alla dialettica e al confronto aperto. Lungi dal consistere in forme di ipocrisia nei rapporti o di sottacere le proprie opinioni, gli “stili” di comunicazione orientali sono semplicemente modi diversi di porsi rispetto ai nostri. D. Il Myanmar, un Paese bellissimo e dalle potenzialità enormi. Da un lato si pensa che – essendosi aperto da non molto al mondo fornisca ‘carta bianca’ a chiunque abbia la volontà di fare. Dall'altro, essendo ancora in via di sviluppo, presenterà sicuramente diverse difficoltà. Quali sono, per lei personalmente e per l'Ambasciata d'Italia, i vantaggi e le sfide maggiori dell'operare in Myanmar? In che modo l'approvazione della candidatura dell'Italia a Partner di Sviluppo dell'ASEAN potrà facilitare il vostro operato nel Paese? R. La sua domanda coglie perfettamente il senso della sfida e delle opportunità che offre questo Paese. Il Myanmar potrebbe essere – e lo era fino al 1962, anno di avvento della precedente dittatura militare – lo Stato più ricco del sud-est asiatico. Possiede risorse pressoché incommensurabili che scatenano l'appetito dei vicini (oro, pietre preziose, tra cui rubini e zaffiri di grande bellezza, giada, petrolio e gas naturale, terre rare, legname pregiato); una spiccata vocazione agricola (l'antico Burma veniva chiamato “the rice bowl of Asia” (la ciotola di riso d'Asia); e una manifattura quasi tutta da costruire. Le potenzialità da cogliere, in un Paese che ha virtualmente bisogno di tutto e dove si potrebbero avviare scambi e investimenti praticamente in ogni settore, sono quindi – senza alcuna retorica – assolutamente enormi. Detto questo, il Myanmar sconta il retaggio del passato; l'isolamento internazionale, protrattosi per mezzo secolo, lo costringe oggi a lottare per strappare alla povertà 13 milioni di persone, mentre altri 6 vivono poco al di sopra della soglia di sussistenza. Il Covid, ovviamente, non fa che complicare questo quadro. Nonostante la classe media risulti in espansione e vi sia una fascia di persone molto agiate, le dimensioni del mercato locale restano obiettivamente limitate. Ma è appunto in un mercato dalla “taglia” ancora contenuta, e quindi per definizione non saturo, che i “first comers” (e in alcuni casi i “second”, giacché cinesi, giapponesi ed altri asiatici non sono certo assenti) ed operatori intelligenti e sufficientemente motivati, possono costruire il loro successo. Da quando è iniziata la transizione democratica, nel 2011, il Paese è in piena trasformazione: socio-economica, culturale (per le “tensioni” al cambiamento che derivano dalla graduale apertura al mondo), politica, ma anche legislativa. Ad esempio, la nuova Companies Law, varata nel 2017 ed entrata in vigore nell'agosto 2018, ha sostituito la precedente normativa britannica, risalente al 1914. Il Governo è consapevole delle necessità di riforma ed è fortemente impegnato su questo terreno. In un contesto che evolve tanto rapidamente, il ruolo dell'Ambasciata consiste non solo nell'attirare l'attenzione di potenziali operatori o investitori italiani, ma anche nell'aiutarli a “leggere” la realtà locale e nell'accompagnarli nell'interlocuzione con l'Amministrazione birmana e nell'individuazione, ove lo desiderino, di partner già presenti sul territorio. Il traguardo ottenuto dall'Italia nel settembre scorso di vedersi riconosciuto lo status di partner di sviluppo dell'ASEAN, prelude certamente ad una cooperazione rafforzata del nostro Paese con questo importante forum regionale e, nel suo ambito, anche con il Myanmar, che è uno dei 10 paesi che lo compongono. Si è trattato di un obiettivo cruciale, che l'Italia è riuscita a centrare per espandere la propria presenza in un insieme di Paesi che

complessivamente rappresentano il quinto blocco economico del mondo e il quarto per valore di esportazioni. Non è un caso se l'ASEAN sta assumendo una rilevanza strategica sempre maggiore, non solo nel contesto regionale, ma anche in quello globale. Malgrado il Covid stia mettendo a dura prova anche le economie di questi Stati, le loro prospettive di sviluppo restano mediamente più robuste che altrove.

D. Italia e Myanmar: da quando è Ambasciatrice, l'abbiamo vista impegnata in tantissime attività volte alla promozione delle sinergie tra i due Paesi. Numerosi gli eventi organizzati dalla vostra Ambasciata. Ricordo, tra questi: il tributo per il cinquecentenario della morte di Leonardo da Vinci, la Settimana della Lingua Italiana nel Mondo, l'assegnazione di Borse di Studio, concerti di varia natura, lezioni di cucina, promozioni di prodotti regionali italiani, l'Italian Food Festival, la realizzazione di un progetto che promuove il turismo gestito da piccole comunità, la Fondazione della 'Italy-Myanmar Business Association' – e sono sicura di aver tralasciato qualcosa. Quali altri progetti le stanno particolarmente a cuore, tenendo anche presente le difficoltà, le modifiche degli approcci e i rallentamenti legati al COVID-19?

R. Lei ha già citato quasi tutte le iniziative a cui ho voluto dare la mia impronta personale. Ho investito molte energie nella promozione della nostra cultura in Myanmar, nella convinzione che il nostro patrimonio di arti e sapere costituisca uno degli "asset" più formidabili del nostro Paese e che esso possa espletare un ruolo "potente" per aumentare la proiezione internazionale dell'Italia e, con essa, la nostra penetrazione commerciale. Offrire borse di studio e formazione in campo linguistico, artistico e musicale significa anche, in un Paese con la storia del Myanmar (dove le Università sono rimaste chiuse per anni), promuovere il pensiero critico e la libertà d'espressione. Questa azione andava necessariamente accompagnata da iniziative volte a far apprezzare anche la qualità dei prodotti italiani, a cominciare da quelli enogastronomici, qui relativamente ancora poco conosciuti e che per loro stessa natura sono fruibili da un pubblico più ampio rispetto agli importatori di singoli beni "specialistici". Anche al fine di contrastare sul nascere il fenomeno dell'Italian sounding, abbiamo affiancato alla Settimana della Cucina Italiana, da anni lanciata con determinazione da Roma, il "nostro" Italian Food Festival a Yangon che, pur durando un solo pomeriggio e costando all'Erario pochissime migliaia di euro, ha raccolto rispettivamente 1600 e 3800 visitatori alla prima e alla seconda edizione, svoltesi nel febbraio 2019 e 2020. Ci ha dato soddisfazione vedere l'eco che ci hanno conferito la carta stampata e le televisioni locali, e constatare l'interesse e la curiosità crescenti con cui il pubblico birmano – quella stessa classe dirigente e borghesia che vogliamo "agganciare" dal punto di vista commerciale – ha aderito ai nostri eventi.

Al di fuori delle iniziative che lei stessa ha ricordato, restano Note oltre la paura: 45 puntate musicali e teatrali "confezionate" dalla nostra Ambasciata, con altrettanti artisti o gruppi italiani, e messe in rete durante le settimane più drammatiche della pandemia in Italia, con l'obiettivo sia di mostrare la vitalità e resilienza del nostro Paese, che di infondere coraggio a chi ci seguiva da casa, in Italia e in Myanmar.

Last but not least, grazie all'essenziale aiuto della nostra Agenzia a Yangon per la Cooperazione allo Sviluppo, i programmi varati in quest'ultimo settore. Il nostro Paese è in prima linea nella tutela e valorizzazione del patrimonio culturale birmano, nell'inclusione sociale e nello sviluppo rurale e delle energie rinnovabili, nell'appoggio alla governance e al processo di pace, nelle tematiche di genere e in favore dell'emancipazione femminile.

Il Covid, la cui seconda ondata, molto più violenta della prima, sta mettendo a durissima prova le fragili strutture sanitarie locali proprio in queste settimane, ci sta inducendo ad aggiungere ai nostri obiettivi di cooperazione anche l'intensificazione del nostro impegno sul fronte degli aiuti di emergenza. Sul versante della promozione culturale ed economico-commerciale, invece, la grande sfida – niente affatto scontata – è quella di continuare a perseguire i nostri obiettivi, pur dovendo operare quasi esclusivamente online e in un contesto divenuto considerevolmente più complicato ed incerto.

D. Tornando agli sconvolgimenti causati dal COVID-19 nel mondo, quali sono state e quali sono tuttora le maggiori sfide per la vostra Ambasciata nei confronti della comunità italiana e della popolazione locale?

R. Il Covid-19 ha letteralmente sconvolto le vite di tutti noi e le nostre modalità di lavoro. Tra marzo e giugno la nostra Ambasciata è stata impegnata in un grande sforzo di rimpatrio di tutti i connazionali – soprattutto turisti – che dovevano fare rientro in Italia, nonostante la soppressione di tutti i collegamenti commerciali ordinari. Ad oggi in Myanmar sono rimasti solo gli italiani che non hanno voluto partire per motivi personali o professionali, essendo profondamente integrati con la realtà locale. Restiamo in contatto con ognuno di loro, per poterli sostenere tempestivamente in caso di necessità.

Quanto alla nostra azione a sostegno del Myanmar, oltre a cercare di convogliare nuovi aiuti d'emergenza, la nostra Ambasciata è stata in prima linea nell'organizzazione di quattro iniziative di formazione online di medici e amministratori di ospedali birmani, di cui due con medici e docenti di Parma e del "Gemelli" di Roma e le altre in collaborazione con l'OMS e il "Civili" di Brescia, una delle strutture italiane più colpite durante il picco epidemico.

D. Riguardo alla comunità italiana in Myanmar. Quanti sono i nostri connazionali presenti sul territorio e in quali attività sono maggiormente impegnati? Esistono Associazioni che facciano da collante e facilitino le collaborazioni tra italiani, come nel caso di Hong Kong?

R. Come ho accennato, l'inizio della pandemia ha indotto molti italiani a fare rientro nel nostro Paese, determinando progressivamente il dimezzamento della nostra collettività. Credo che gli italiani in Myanmar possano essere suddivisi idealmente in tre categorie: i "pionieri", arrivati 20 o 30 anni fa e fondatori delle primissime agenzie di viaggio o strutture ricettive di "rango" occidentale; i funzionari delle numerose ONG italiane o Organizzazioni internazionali (e dell'ONU in primis) che hanno potuto iniziare ad operare non appena il Governo di transizione ha dischiuso le porte alla loro presenza; e, infine, la seconda "ondata" di imprenditori, che hanno cominciato a impiantare qui i

loro Uffici (come quello dell'ENI, che conta ormai una trentina di unità) o a trasferire la loro attività. Ad oggi sono circa 200 gli iscritti all'AIRE, tutti accomunati dal desiderio di contribuire al progresso economico e civile di questo Paese. L'assenza di qualsiasi forma di associazionismo italiano, d'altronde derivante dall'esiguità numerica della nostra comunità, era stata una delle cose che mi aveva maggiormente colpito al mio arrivo, circa un paio d'anni fa. Per questo, come lei stessa ha ricordato, ho dato un deciso impulso alla fondazione della prima Business Association Italy-Myanmar, cercando di inserirla nel circuito delle banche e delle Camere di Commercio italiane nella regione (a cominciare da quelle di Singapore, Hong Kong e Bangkok). Il prossimo obiettivo è la costituzione di un Comitato Dante che contribuisca – insieme con la nostra Lettrice di italiano, incardinata nel Dipartimento dell'Università di Lingue Straniere di Yangon – alla promozione della nostra lingua, coadiuvando l'azione dell'Ambasciata. Non credo che la comunità sia sufficientemente numerosa da dare spazio a comitati su base regionale, come avviene in altre parti del mondo e nella stessa Hong Kong, ma sarei molto felice di vedere nascere qualche forma di associazionismo femminile. Lo spirito d'intraprendenza, l'impegno nel sociale e la generosa creatività ed energia dell'Associazione delle Donne Italiane di Hong Kong è uno dei ricordi più belli che serbo della mia permanenza in quella meravigliosa città.

D. Che consiglio si può dare agli italiani interessati a espandere i propri orizzonti e a intraprendere un business in Myanmar? Di quale 'Made in Italy' c'è più bisogno, e – secondo lei – quale dev'essere l'approccio? R. A mio giudizio i settori più promettenti per il Made in Italy, nella fase attuale dello sviluppo del Myanmar, sono quelli legati alla meccanizzazione e all'intera filiera agricola: dalle sementi alle tecniche d'irrigazione, dai macchinari per lavorare la terra fino alla trasformazione industriale, dalla catena del freddo - qui ancora carente - fino al packaging. Anche la logistica e le infrastrutture sono molto interessanti, nonostante le ultime siano fortemente presidiate da tempo dalla concorrenza asiatica. Il comparto delle assicurazioni, molto poco sviluppato e prima precluso agli investimenti stranieri, è in fermento, così come quello dei servizi digitali. L'energia, con le rinnovabili e il mini o medio-idroelettrico, non è di minore interesse. Nel campo manifatturiero, non c'è settore dove potenzialmente non vi sia bisogno di investimenti stranieri, e certamente l'esperienza italiana in termini di PMI potrebbe costituire un modello vincente per molti partner locali. Ma come dicevamo prima, il Myanmar è in piena trasformazione; non di rado il "vecchio" e il "nuovo" appaiono tuttora alla ricerca di un punto di sintesi. Per questo, il mio consiglio è di venire in Myanmar con uno sguardo "lungo" (del resto, non credo vi sia spazio in Asia per investimenti o affari del tipo "mordi e fuggi"), e di chiedere l'ausilio dell'Ambasciata.

D. Italia e Myanmar sono ricchissime di arte e tradizioni culturali. Come poter promuovere maggiormente la cooperazione tra i due Paesi nel campo della cultura? R. Ritengo di poter dire con orgoglio che facciamo già il massimo possibile: nonostante l'assenza di risorse umane "dedicate", il nostro output culturale è pari a quello di Francia e Germania, che pure hanno degli Istituti di Cultura dotati di risorse, sia di personale che finanziarie, incomparabilmente superiori alle nostre. Il prossimo passo potrà essere l'apertura a Yangon di un Istituto Culturale Italiano, o l'assegnazione presso l'Ambasciata di un Addetto Culturale. Ma in considerazione dell'entità dell'investimento richiesto da parte dello Stato italiano, il nostro compito adesso è quello di preparare il terreno perché un giorno, anche tra 10 anni, questo obiettivo possa essere raggiunto. A me fa piacere lavorare per il futuro, anche se non sarò io a vederne i frutti. Infine, insieme ad AICS, siamo fortemente impegnati nella riqualificazione di Yangon Downtown e abbiamo svolto un ruolo cruciale per preparare e rafforzare le candidature delle città di Piyu, Bagan e Mrauk U – tutti siti archeologici di primaria importanza e di forte suggestione – come World Heritage Sites. Davvero in prima linea è l'impegno della Cooperazione Culturale italiana per formare le capacità locali e favorire lo sviluppo e il turismo sostenibili.

D. Per concludere, una domanda più personale. Quale aspetto del Myanmar la affascina particolarmente? R. La gentilezza delle persone e la loro semplicità d'animo, che non vuol dire affatto elementarità. Questo Paese è bellissimo; conserva tesori d'arte e paesaggi indimenticabili. Ma quando sarò andata via, mi mancheranno sia quanti ho conosciuto che il sorriso trasparente, aperto, e a volte triste, delle tante persone di cui non saprò mai il nome". (aise)