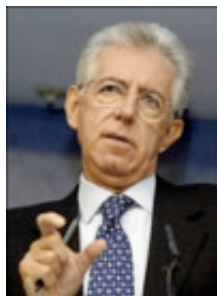


Mario Monti: la bussola e la tassa occulta



In una domenica qualsiasi (12.2.06), in piena campagna elettorale preparcondicio, il fondo del **Prof. Mario Monti** sul **Corriere della Sera**...

di **Pietro Di Gennaro**

pubblicato il 16 febbraio 2006

In una domenica qualsiasi (12.2.06), in piena campagna elettorale preparcondicio, il fondo del **Prof. Mario Monti** sul **Corriere della Sera**, mira a chi governerà ma, pienamente consapevole, spoglia la retorica del silenzio di chi si candida alla futura guida del governo in Italia.

Il primato del consumatore è l'interesse primario del cittadino elettore, di c-destra e c-sinistra. Se addirittura, come dice Monti, appaiono i primi segnali di cambio culturale che aprono scenari di dibattito, come già accaduto in Francia e in Germania, resta per noi, miseri consumatori, lo sgomento di prendere atto di una fatale e ineluttabile sottomissione ai poteri economici e a chi globalizza il mercato con questi poteri: i produttori. Sentirsi solo un **"target del marketing scientifico"** ci angoscia, ma almeno, leggere dotte indicazioni che nella concretezza della bussola (come guida o stella polare) potrebbero essere considerate come fondamenti economici di una globalizzazione solidale possibile, ci fa sentire un po meglio.

Il Prof. Monti chiarisce bene il confine tra chi opera nella concorrenza e chi no, precisando i paesi che meglio identificano politiche con al centro l'interesse per il consumatore. Da una parte Gran Bretagna, Irlanda e gli Stati Uniti mentre dall'altra Francia, Germania e anche l'Italia. La concorrenza, quella vera, quella veramente liberale basata su principi di antitrust fortemente regolamentati e rispettati, è la spinta essenziale per reggere il mercato della competizione. *"Nei Paesi nei quali le politiche pubbliche sono più sensibili agli interessi dei «produttori» (imprese e sindacati), la competitività delle imprese e la creazione di posti di lavoro tendono a essere inferiori a quelle che si osservano nei Paesi che, orientando le proprie politiche pubbliche agli interessi dei consumatori, sembrano più ostili al mondo dei produttori."*

Le imprese che operano in regime di monopolio (media, energia, etc...) e i sindacati attenti a consolidare l'indiscutibile e antidemocratico primato della rappresentanza contrattuale, devono ormai rendere conto alla società e alla storia, dello sfruttamento lucroso (economico e politico) dei **"cittadini-consumatori"**. Il conto va pagato per arginare il crescente disagio sociale che sta dilaniando strati sociali sempre più spessi. Se il Prof. Monti pone una questione illuminata di buon senso a chi deve assumere responsabilità di governo, non meno importante deve essere la considerazione di movimenti, ormai necessari e dilaganti contro la dittatura dei poteri economici, quali i

comitati popolari contro il caro-vita della “**TV settimana**” o del “**ritorno della scala mobile**”.

La “base” sfida le dirigenze strutturate (sindacati e confindustria) nelle loro prepotenze e nelle loro arroganze, ponendosi un unico e umile obiettivo: la difesa estrema del diritto ad una società solidale e sostenibile in cui i cittadini-utenti-consumatori sono protagonisti e non merce consumistica da divorare. La concorrenza e la democrazia partecipata sono le uniche speranze per condividere (in senso sociale e distribuito) vantaggi economici ed efficienza produttiva.

“Probabilmente, le maggiori organizzazioni imprenditoriali e sindacali vedono sempre più chiaro l'emergere di un conflitto nuovo: non più quello classico tra capitale e lavoro, quanto piuttosto un conflitto tra, da una parte, il capitale e il lavoro operanti nei settori esposti alla concorrenza e gli stessi consumatori e, dall'altra, il capitale e il lavoro capaci di fruire di rendite in quanto operanti in settori protetti. Nella misura in cui tali protezioni derivano da azioni dei pubblici poteri (...) o da loro omissioni (ad esempio, insufficienti interventi pro-concorrenziali nel settore energetico o della distribuzione commerciale), sia i consumatori sia le imprese (e i loro lavoratori) che sono utenti di quei servizi sono gravati da una tassa occulta”. Questa limpida definizione di “**tassa occulta**” dovrebbe costituire l'ossatura sociologica della rivolta culturale che affronterà “la bestia” dell'ingiustizia sociale, con l'entusiasmo degli eroi che ribaltano il giogo della sottomissione impotente con la riconquista dei diritti e delle libertà sognate e scritte nella Costituzione dei nostri padri fondatori dell'Italia moderna.

Il Prof. Monti conclude così: *“In ogni caso, se la «bussola» dell'interesse dei consumatori verrà sempre più tenuta presente dall'opinione pubblica, chi chiede il voto per governare e chi poi governerà farà bene a non trascurarla”* ... altrimenti (aggiungo io) dovranno affrontare focolai pericolosi di insoddisfazione popolare di poveri sempre più poveri.