

## 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.