



FRA CONCORRENZA E PROTEZIONE
Indagine sull'atteggiamento degli italiani nei
confronti del mercato

Demos per Comitato Scientifico e Centro Studi Confindustria

NOTA METODOLOGICA

La ricerca qui presentata è stata realizzata Demos & Pi per il Comitato Scientifico ed il Centro Studi Confindustria.

La ricerca si basa su un sondaggio telefonico svolto, nel periodo 17-24 febbraio 2006, dalla società Demetra di Venezia. Le interviste sono state condotte con il metodo CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing). I dati sono stati successivamente trattati e rielaborati in maniera del tutto anonima. Il campione, di 1500 persone, è rappresentativo della popolazione italiana di età superiore ai 15 anni, per genere, età e zona geopolitica.

L'indagine è stata diretta, in tutte le sue fasi, da Ilvo Diamanti. Fabio Bordignon, con la collaborazione di Natascia Porcellato, ha curato la parte organizzativa e l'analisi dei dati. Innocenzo Cipolletta e Giulio De Caprariis hanno partecipato all'impostazione dell'indagine.

Introduzione dei curatori delle ricerche sulla concorrenza

La presente indagine sull'atteggiamento degli italiani nei confronti della concorrenza, condotta da Ilvo Diamanti, fa parte degli studi sulla concorrenza elaborati per Confindustria e le cui sintesi sono state raccolte in un fascicolo a parte con la nostra introduzione di sintesi. Si è scelto di svolgere questa indagine a ridosso del convegno di Vicenza al fine di cogliere le opinioni in una data la più recente.

Questa scelta ha reso impossibile, per noi che abbiamo coordinato i lavori di studio, considerare i risultati dell'indagine assieme alle altre analisi. Per questo motivo, abbiamo scelto di premettere a questa analisi una breve introduzione che riprenda il filo del discorso dell'introduzione al fascicolo degli studi e tenga conto anche di questi risultati, che appaiono di grande interesse, sia per quello che confermano che per quanto informano di nuovo.

In particolare, come emerge dallo studio qui presentato, gli italiani vivono una forte contraddizione tra il desiderio di avere una economia efficiente e libera, a cui si riconoscono ampi meriti, e la paura di non ottenere da questa economia libera alcune sicurezze e vantaggi a cui erano abituati nel tempo. Un po' come era successo nei paesi ad economia pianificata quando si è proceduto al passaggio ad economia di mercato, dove le aspettative per le libertà erano enormi, ma le paure lo erano altrettanto.

Questa sorta di schizofrenia, se è normale per un paese che si trova a sperimentare un passaggio di regime, rappresenta un ostacolo forte alle liberalizzazioni, perché v'è il rischio elevato che la politica giochi più sulle paure che sulle speranze. Un simile rischio esiste anche per l'Italia, paese ove le liberalizzazioni sono recenti e spesso molto lente e parziali. In questa situazione, la speranza riposta dai cittadini nelle liberalizzazioni, si confronta con l'assenza di benefici dovuti alla carenza ed alla lentezza del processo, rischiando così di ingenerare scetticismo e disillusione.

Ne consegue, come indirizzo di politica da seguire, che bisogna evitare di stare troppo a lungo a metà del guado, con mercati che non sono più monopoli, ma non sono neppure liberi. Invece occorre accelerare sui processi di liberalizzazione, affinché anche i benefici siano visibili e cessi questo dualismo di comportamento che, se permane a lungo, rischia di essere un fattore di blocco di tutto il sistema.

Innocenzo Cipolletta, Stefano Micossi e Giangiacomo Nardozzi

LO SPIRITO DI CONCORRENZA DEGLI ITALIANI: UN POPOLO DI “FREE RIDERS”?

Un'indagine sugli atteggiamenti sociali nei confronti del mercato.

La concorrenza: responsabilità politiche e complicità sociali

E' nota la resistenza del sistema economico e politico italiano di fronte alle logiche della “concorrenza”. Nonostante, negli ultimi anni, i tentativi, e i passi, fatti in questa direzione, non siano mancati. Si pensi alle privatizzazioni di alcuni servizi, di grande importanza: dalla telefonia alle autostrade; dall'energia al trasporto aereo. Si pensi, inoltre, alle iniziative avviate, in sede legislativa, per regolare in modo meno corporativo le attività gestite dagli ordini professionali. Tuttavia, le resistenze e i freni, che hanno accompagnato, o meglio, ostacolato, questi processi, testimoniano di quanto sia ancora lungo e tortuoso il cammino che conduce alla realizzazione di un sistema aperto, ispirato dalla concorrenza. Le spiegazioni utilizzate, a questo proposito, fanno riferimento, principalmente, alle responsabilità della “politica”, all'antagonismo delle istituzioni “pesanti”, oppure, ancora, ai vincoli imposti dalle lobbies. Mentre si riserva poca attenzione a un'altra ipotesi, più inquietante, anche se meno “popolare”. Perché, appunto, coinvolge la società (sedicente) civile. Le persone. L'ipotesi, cioè, che sia difficile affermare la concorrenza, in ambito politico ed economico, anche perché le resistenze, in questa direzione, sono condivise –e diffuse– nella società. Il “popolo”, quindi, non solo non offrirebbe sostegno ai progetti riformatori, che mirano a rendere più aperto e concorrenziale il nostro sistema; ma, anzi, li guarderebbe con sospetto. Nella società italiana, la concorrenza costituisce, infatti, un valore condiviso da una minoranza di persone. Perché, peraltro, oggi non esiste una “lobby” della concorrenza, in grado –almeno– di contrastare le tendenze dominanti. Visto che gli atteggiamenti “protezionisti” dispongono di una platea di consensi ampia e ben distribuita, socialmente. E trasversale: dal punto di vista della classe, delle caratteristiche anagrafiche, dell'area geografica, dell'orientamento politico. Per cui, fra gli italiani, la distanza fra i propositi, le scelte e i comportamenti appare, in questo caso, particolarmente ampia. Perché raramente – come in questo caso – gli interessi comuni divergono da quelli particolari; e raramente – come in questo caso – gli interessi particolari appaiono tanto generali(zzati).

Per verificare e precisare questa ipotesi (per quel che ci riguarda, largamente scontata già in partenza. Al punto da apparirci un “pregiudizio”), abbiamo condotto un'indagine, svolta mediante un sondaggio su un campione rappresentativo della popolazione italiana. Abbiamo rilevato, a questo fine, le opinioni e gli orientamenti su alcune variabili particolarmente significative del “discorso” sulla concorrenza: il significato/i significati attribuiti al concetto di “concorrenza”; il rapporto fra pubblico e privato; il giudizio sulle privatizzazioni, ma anche sugli ordini professionali; la percezione del mercato; le soluzioni alle sfide della globalizzazione; il ruolo assegnato al merito e l'importanza del “familismo”, nel lavoro; la diffusione di comportamenti –e di valori– “tattici” nella vita quotidiana (il ricorso alle raccomandazioni, l'accettabilità sociale dell'evasione e dell'elusione fiscale). I risultati, che presentiamo e commentiamo, per larghe linee, nei punti che seguono, non hanno smentito le nostre attese. E, se ci hanno sorpreso, è perché propongono un profilo dell'atteggiamento sociale verso la concorrenza dai contorni ancor più marcati del previsto.

Gli italiani: liberisti e protezionisti, privati e pubblici. Senza conflitti.

1. Nei confronti della concorrenza, la società italiana rivela segni di un forte disagio cognitivo ed emotivo. O meglio, ragione e sentimento, valutazione e istinto, orientamento e comportamento, testa e corpo: sembrano andare ciascuno per conto proprio. Seguendo direzioni opposte e contrastanti. Così, gli italiani, in grande maggioranza, considerano la concorrenza una virtù. Un

meccanismo positivo. In grado di promuovere libertà, efficienza e qualità. Ridare slancio all'economia. Favorire le esportazioni, migliorare i prodotti e i servizi. Ma anche di sostenere l'occupazione e di far crescere le retribuzioni.

2. Coerentemente, gli italiani attribuiscono un significato positivo al "privato". Ritenendolo la via migliore per contenere gli sprechi, aumentare la qualità e l'efficienza dei servizi. Insomma: lo specchio della concorrenza. Che nel privato trova il suo elemento naturale, per realizzarsi. Inoltre, quando pensano al "privato", gli italiani lo rappresentano libero da privilegi e da barriere. Per cui vedono con diffidenza i mille vincoli imposti dai regolamenti burocratici e professionali, che rendono difficile avviare un'attività. E costoso, accedere ad un servizio. Quindi, non sono d'accordo che, per aprire un'edicola, una farmacia, oppure per guidare un taxi, occorra una licenza. Così come ritengono –ragionevolmente– che le tariffe dei beni e dei servizi erogati da queste professioni dovrebbero venire stabilite dal mercato, non dagli ordini e dalle organizzazioni di categoria. Gli italiani: sembrano offrire molti segni di una mentalità aperta al mercato, poco incline a logiche particolaristiche e corporative.

3. Per la stessa ragione, gli italiani pensano che nel lavoro e nelle professioni occorra promuovere il merito, le capacità e le competenze personali. E, non a caso, pensano, per sé e per i propri figli, a un futuro da imprenditori, lavoratori autonomi e da liberi professionisti. Figure indipendenti. Che, per questo, accettano le regole (e precisiamo: "regole") del mercato. Mentre considerano, di conseguenza, deprecabile e inaccettabile favorire l'accesso e la carriera professionale di un parente, perfino del figlio. Attraverso raccomandazioni e spinte. Come dire che amici, parenti e, soprattutto, figli dovrebbero, per così dire, procedere con le proprie gambe. O almeno: non dovrebbero godere di un sostegno tale da viziare il funzionamento del mercato del lavoro; condizionando i meccanismi della mobilità sociale.

4. Gli italiani. Liberisti e liberali. A parole. O, almeno, in astratto. Dal punto di vista teorico. In via di principio. D'altra parte, -gli italiani- sono un popolo di imprenditori, lavoratori autonomi, professionisti: liberi e liberisti. Per cui, identificano nello Stato e nella burocrazia pubblica i simulacri dell'inefficienza, del privilegio, della dissipazione, dello spreco. Concepiscono la grande impresa come una sorta di surrogato del "pubblico" e dello Stato. E della logica dinastica, anteposta al mercato e al merito personale. Visto che sono evidenti i legami, stretti, fra la grande impresa (di famiglia), la politica e lo Stato.

Aperti, disposti, orientati alla concorrenza. Gli italiani.

Per cui, le resistenze protezioniste, le logiche particolariste, andrebbero ricondotte alle responsabilità dei soliti noti. Alla burocrazia pubblica e dello Stato. Alla Politica. Che, per mantenere e riprodurre il proprio potere, ostacola e inquina i tentativi di riforma e di apertura del sistema economico.

Oppure, ancora, l'opposizione alle virtù della concorrenza giungerebbe dai muri eretti dagli ordini professionali. Dalle pressioni esercitate dagli interessi corporativi, così radicati e profondi in Italia. Il che, ovviamente, è difficile da smentire. Come, tuttavia, è difficile ignorare che queste resistenze possono contare su ampie complicità sociali. Sulla collusione da parte di settori di cittadini molto estesi.

Non è un caso che il consenso sulla concorrenza si ridimensioni di molto - e cambi, perfino, di segno- quando dai principi si passa alla realtà concreta. Quando gli orientamenti generali vengono tradotti in valutazioni specifiche, su questioni specifiche. Allora l'atteggiamento degli italiani diventa molto meno aperto. Molto meno "flessibile" (altra parola che agli italiani piace come concetto, ma non come pratica). Meno liberale e liberista. Anzi, al contrario: particolarmente chiuso e particolarista.

I "liberisti" che temono il privato

5. Il privato. Gli italiani lo apprezzano a parole e come parola. Ma la "privatizzazione" piace loro molto meno. Anche come parola (dopo la delocalizzazione, è quella che, nel sondaggio, mostra il rapporto più sfavorevole, tra giudizi positivi e negativi). E soprattutto nella pratica. D'altronde,

ritengono che, dovunque sia stata realizzata, abbia prodotto più svantaggi che vantaggi. In pochi apprezzano i miglioramenti prodotti nel servizio dalle privatizzazioni nei settori della telefonia, delle autostrade, dell'energia. Perlopiù, ritengono che le cose siano rimaste come erano prima. Comunque, in tutti questi settori, la percezione dei cittadini è che, se la qualità è rimasta la stessa, i prezzi no. Sono aumentati. Servizi uguali a prezzi superiori. Questi gli effetti delle privatizzazioni, secondo gli italiani. (Anche dove l'evidenza va in direzione opposta, come per quel che riguarda gli aerei). Per cui la maggioranza degli italiani, di fronte all'ipotesi di ri-pubblicizzarli, avanzata in sede di sondaggio, si dice d'accordo. Le privatizzazioni "incompiute", quindi, agli italiani non piacciono. Per la parte "compiuta". Meglio tornare indietro... Ancora: la maggior parte degli italiani (secondo il sondaggio di Demos) si oppone alla prospettiva di realizzare una gestione esclusivamente "privata" dei principali servizi. La sanità, la scuola, le pensioni, i trasporti. Anche la televisione. E solo in questi ultimi casi –trasporti e televisioni-, inoltre, accetterebbero, gli italiani, una gestione mista –di pubblico e privato. Negli altri, invece, prevale la preferenza per il pubblico e per lo Stato.

Professionisti protezionisti

6. Anche nei confronti degli ordini professionali si osserva un atteggiamento ambivalente. Ricorrere a un professionista iscritto a un ordine professionale, per acquistare un medicinale, e, a maggior ragione, per comprare o vendere un'auto o una casa, non appare giusto. Le tariffe di queste "prestazioni", come si è già osservato, dovrebbero essere dettate dal gioco del mercato. Però, le stesse persone, gli stessi italiani, in larghissima maggioranza, considerano giusto, perfino naturale, che, per svolgere una professione, anzi, qualsiasi professione - l'avvocato e il commercialista, l'architetto e l'ingegnere, il medico e il farmacista, lo psicologo e il maestro di sci - sia necessario essere "iscritti a un albo". A un ordine. Un'organizzazione professionale. Insomma, senza un albo di riferimento, non c'è possibilità di esercitare un "mestiere", da soli. In modo indipendente.

Così, per acquistare i farmaci, occorre recarsi da farmacisti regolarmente iscritti all'albo. E per vendere o comprare una casa – anche se in molti criticano l'intermediazione dei notai – tutti, puntualmente, si recano da notai regolarmente iscritti all'ordine. Senza che ciò provochi disagio. Imbarazzo.

La concorrenza e il merito come meccanismi di "promozione" del mercato del lavoro. Convivono, non si sa bene in che modo, con l'indulgenza verso comportamenti "furbi", nella scuola e nell'accesso alla professione, visto che metà degli italiani giustifica il ricorso ad amicizie personali, per trovare lavoro per sé e per altri familiari. Mentre la stragrande maggioranza delle persone non vede problema nel "trasmettere" ai figli, senza tasse di successione, l'impresa o il negozio. Cioè: l'attività e il capitale "professionale". Come se le ragioni del "merito", di fronte a quelle degli amici, ma soprattutto della famiglia, dovessero retrocedere. Essere chiuse fra parentesi.

La globalizzazione protetta. Conquistare il mondo e averne paura

7. Il mercato, la competizione economica internazionale. Qui, la vocazione liberista degli italiani appare, alla prova dei fatti, e prima ancora degli atteggiamenti, davvero minima. Visto che la maggioranza degli italiani, popolo di piccoli imprenditori, lavoratori autonomi e liberi professionisti (almeno, nelle intenzioni...), in realtà, di fronte alla concorrenza internazionale, si ritrae impaurita. Oltre la metà di essi, infatti, pensa che oggi occorra soprattutto difendersi dalla competizione globale, l'80% vede nella delocalizzazione un pericolo o un vantaggio per i soli imprenditori. Mentre la maggioranza degli italiani, infine, percepisce la Cina come una minacciosa ombra, da cui difendersi erigendo barriere doganali a livello nazionale o, meglio, europeo.

8. In definitiva: gli italiani si sono abituati a vivere in un regime di concorrenza limitata, di mercato protetto. Dove i meccanismi corporativi sono talmente diffusi e penetrati a fondo, da essere interiorizzati. Anche perché –immaginiamo- tutti o quasi gli italiani (o qualche loro familiare), sono iscritti a qualche ordine o albo professionale, a qualche associazione di categoria, a qualche club. E tutti, o quasi, gli italiani (o qualche loro familiare) hanno una partita IVA, svolgono un'attività autonoma, magari precaria (COCOCO, contratto a progetto e quant'altro). Hanno una bottega, un esercizio, una ditta. Per cui tutti -o quasi- gli italiani, alla fine sono complici di questo sistema di privilegi. Di questa società semichiusa. E molti di essi hanno, comunque, il figlio, il coniuge, un parente stretto che combina, con il reddito da lavoro autonomo o professionale, un altro reddito. Pubblico o privato. E molti italiani contano di trasmettere il loro lavoro, il loro negozio, la loro attività, la loro professione –tanto più la casa e gli altri capitali accumulati - ai figli. Anche se i figli, perduti in mezzo alla loro adolescenza difficile, pensano ad altro.

Delusi e collusi. Il cerchio e la botte. Consigli per vivere felici e scontenti.

9. D'altra parte, un italiano su quattro, di fronte all'alternativa secca fra pubblico e privato, risponde: qui e là. Contemporaneamente. Allo stesso tempo. Appassionatamente. Meglio il privato, ma preferiamo il pubblico. Per noi. E nei confronti del mercato: il 32% degli italiani, quasi uno su tre, ritiene, al tempo stesso, l'apertura internazionale un vantaggio; e un grande rischio. Uno su tre: free rider. Battitore libero. Diffidente. Attento, per questo, a come gira l'aria. E quasi un italiano su due – il 48%, per l'esattezza- fa il free rider, quando si tratta di valutare l'opportunità degli ordini professionali.

La sindrome collusiva, il modello del *free rider*: sono molto diffusi fra gli italiani. Non presentano un particolare grado di concentrazione. I "free rider", i "cerchiobottisti", sono i più trasversali. E registrano un alto grado di concentrazione e di diffusione anche fra i lavoratori indipendenti. Di cui rappresentano quasi la metà.

Da ciò derivano le difficoltà per lo Stato, il sistema politico e i partiti, ma anche per le organizzazioni di interesse e i gruppi di pressione, di fronte al tema della concorrenza. Perché, in effetti, partecipano, tutti insieme, a un contesto che condivide sentimenti contrastanti. Domande e paure. Voglia e paura del privato. Diffidenza e domanda di pubblico. Distanza e prossimità, rispetto alle professioni. Adesione e distacco dalla globalizzazione economica. E tuttavia, proprio queste osservazioni dovrebbero indurre il sistema della rappresentanza: il governo, gli attori politici e le organizzazioni di categoria, a "modificare" questo contrasto di atteggiamenti, senza assecondarlo. Senza, in particolare, inseguire, in nome del consenso, le tentazioni protezioniste, i particolarismi, l'assistenzialismo. Come troppo spesso è avvenuto.

10. Per questo, gli italiani appaiono ancora una società "immobile". Frenata da mille barriere e da mille vincoli, nella vita quotidiana, nella mentalità. Gli italiani: appaiono un popolo di "free riders"; battitori liberi; che, spesso, infrangono, per primi, i principi e le regole che essi stessi affermano e sostengono. Per interesse o per pigrizia. Tifosi del mercato, delle privatizzazioni, della flessibilità. Della concorrenza. In via di principio. Mentre, in pratica, preferirebbero che queste logiche e queste regole venissero applicate agli altri. Temono la concorrenza, molti di coloro che la vogliono. Perché non percepiscono l'esistenza di tutele sociali adeguate. Gli italiani. Sono protezionisti per sé e liberisti per gli altri. Sono impauriti dal rischio di impresa. Concepiscono la

flessibilità come un metodo per liberarsi dai lacci posti dalle leggi e dalle norme, ma anche per tutelarsi dall'apertura del mercato. Non per affrontarla meglio. Battitori liberi. Che copiano, a scuola, oppure scaricano dischi e film, dalla rete. Esaltano il ruolo degli italiani nel mondo, ma temono l'irruzione del mondo nel loro mondo.

Flessibili, con i piedi su due staffe. Gli italiani navigano a vista. Procedono, incerti. Con i piedi su due staffe. Preoccupati dagli effetti della concorrenza, anche se la percepiscono come una risorsa. Per cui, mentre cantano le virtù della "società aperta", rischiano di rafforzare le mura di questa società (semi)chiusa. Per affrontare e promuovere, con efficacia, l'obiettivo della concorrenza, per questo, non è sufficiente agire sul piano delle politiche e della politica. Occorre intervenire più a fondo: sul piano dei valori, degli orientamenti personali. Senza rassegnarsi a riprodurre le paure, le incertezze –né, tanto meno ad assecondare il "senso cinico"- che attraversano la società. Occorre, invece, modificare a fondo i modelli culturali e di organizzazione sociale. Dimostrare, nello specifico, che la concorrenza è un obiettivo utile non solo in via di principio. Ma nella pratica: generale e quotidiana. Il che non è facile, e, per chi opera in ambito pubblico, perfino rischioso. Ma certamente necessario. E non più dilazionabile, se si intende allontanare l'ombra del declino che, da tempo, si allunga sul Paese.