

Concorrenza senza aspettare l'Europa

di Franco Locatelli

«Coraggio, signori della politica. Per l'Italia sono in arrivo una notizia buona e una cattiva. Ma voi riuscirete ad essere all'altezza della sfida? Sappiate che di tempo da perdere non ce n'è più». Si conclude singolarmente così l'ultimissimo report sul caso Italia scritto per la McKinsey dai director della sua sede milanese, Roger Abravanel e Yoram Gutgeld, e che si intitola proprio «Scelte coraggiose per sviluppare un'economia di servizi». Ma quale sarebbe in tempi così "procellosi la buona novella"? La constatazione che per il rilancio della nostra economia non servono più molti soldi pubblici né grandi investimenti in infrastrutture né massicci fondi per la ricerca e nemmeno un grande budget per la scuola. Tutte cose utilissime ma oggi non è più da lì che passa la ripresa e la disponibilità di consistenti risorse finanziarie serve solo per una riduzione selettiva del costo del lavoro.

Se le cose stanno davvero così è un bel sollievo, ma purtroppo le brutte notizie non mancano e la peggiore è che un reale rilancio richiede una classe dirigente coraggiosa e pronta ad andare contro le corporazioni e i gruppi d'interesse. Che è un po' come pretendere una rivoluzione del sistema politico perché, secondo McKinsey, solo l'esatto opposto di quel che abbiamo fatto per decenni può tirarci fuori dal pantano, attraverso fortissime dosi di concorrenza, una rivoluzione copernicana della pubblica amministrazione e una cura tedesca dell'industria manifatturiera accompagnata da una nuova governance delle 600 medie imprese con maggiori potenzialità di sviluppo.

Le tesi di Abravanel e Gutgeld non piovono dal cielo ma sono l'adattamento al caso italiano, in vista delle elezioni e del nuovo Governo, di un modellino per lo sviluppo messo a punto su scala mondiale e con la collaborazione di un paio di premi Nobel dal McKinsey Global Institute. Punto centrale del loro ragionamento è che, per quanto sia importante, «il rilancio dell'industria manifatturiera non potrà essere il motore della crescita, la cui vera chiave sta invece nel significativo miglioramento della produttività dei servizi, come testimoniano lo sviluppo economico degli Usa e il relativo arretramento del Giappone degli ultimi 15 anni». Già oggi il baricentro dell'economia si è spostato dall'industria ai servizi - che rappresentano ormai tra il 70 e l'85% del valore aggiunto (il 72% in Italia) e oltre il 90% della crescita - ed è soprattutto da qui che possono passare, in tempi brevi, il rilancio dei consumi e la creazione di nuovi posti di lavoro. Controprova: anche se i prezzi calano quanti frigoriferi può avere una famiglia? Se invece la telefonata costa meno, si telefona di più. Negli ultimi cinque anni in Usa il prezzo della chiamate da telefono cellulare è sceso del 70% e il traffico è salito del 240% ed è per lo stesso motivo che anche in Europa è esplosa la cosiddetta offerta low cost di Ryanair, Ikea, Ing Direct, Zara e delle nuove icone del consumo per tutti.

Però, sostiene McKinsey, non sarà la Bolkestein ad accelerare la concorrenza nei servizi e non tanto perché è stata stravolta dal Parlamento europeo ma perché la direttiva «è vittima di una visione manifatturiera ed orientata a creare un mercato europeo dei servizi garantendone la libera circolazione mentre i servizi sono essenzialmente locali» e, inoltre, perché «è rivolta soprattutto alle professioni, che rappresentano solo il 5-6% degli occupati e hanno un gran bisogno di aumentare la produttività». Infatti UniCredit non ha avuto bisogno della Bolkestein per conquistare l'Hvb in Germania e per migliorare il servizio di taxi a Milano non serve permettere ai tassisti di competere a Monaco ma occorrono più licenze di taxi a Milano.

Quel che conta è avere ben chiaro il circolo virtuoso che è composto da cinque anelli: più concorrenza, maggior produttività, prezzi più bassi, rilancio dei consumi e nuovi posti di lavoro. Gli economisti sanno che il rilancio dei servizi determina sviluppo economico e occupazionale ma richiede una maggior efficienza e una riduzione dei costi. Il problema è mettere in pratica questo

circolo virtuoso. La riduzione dei prezzi è fondamentale per lo sviluppo dei servizi ma in Italia come in Europa i servizi sono spesso dominati da monopoli, da cartelli veri o presunti e da forti gruppi di interesse raccolti in associazioni o ordini professionali. O il nuovo Governo saprà prendere il toro per le corna e fare del consumatore la bussola della sua politica anche a costo di scontrarsi con caste e corporazioni, oppure la concorrenza non decollerà e per l'Italia lo sviluppo resterà una chimera.

Perché la ricetta funzioni non bisogna però dimenticare un'avvertenza (la terapia shock per l'Italia deve partire dai servizi ma investire anche la pubblica amministrazione e l'industria) e cinque raccomandazioni, che McKinsey riassume così: fissare obiettivi ambiziosi di riduzione dei prezzi e aumento dei consumi nei servizi, a partire dal commercio, dal turismo e dalle costruzioni; rivedere, fin dalla Finanziaria 2007, l'impianto di leggi di regolamentazione ispirandosi a esempi di successo, come quello dell'Olanda nelle costruzioni e quello degli Usa nel commercio; accorpate le responsabilità istituzionali sulla produttività e sulla concorrenza trasformando il Ministero dell'Industria in Ministero della Produttività o creando una Superauthority per i servizi; combattere con nuove tecniche e più mezzi (in Gran Bretagna gli ispettori fiscali sono il 60% in più che in Italia) l'evasione fiscale; ridurre drasticamente il costo del lavoro senza diminuire il potere d'acquisto dei lavoratori almeno per i nuovi occupati nei servizi a maggior potenziale di sviluppo. Come? Con un meccanismo fiscale compensativo e applicato in modo selettivo solo in alcuni settori: una sorta di Irpef negativa che potrebbe rappresentare «uno stimolo alla crescita molto più potente di una riduzione omogenea e inevitabilmente limitata dell'Irap».

Il modello olandese

Il settore delle costruzioni.

Il modello olandese è un caso di successo e lo dimostra la sua efficienza/produttività più alta del 20-30% della media europea. Da dove deriva? Da un sistema di regole volte a ridurre la speculazione e a spingere lo sviluppo immobiliare a competere in efficienza e qualità. Non per caso lo sviluppo immobiliare olandese è caratterizzato da grandi lotti e da un alto grado di industrializzazione. Interessante è il procedimento per rendere edificabile un terreno che non lo è: in questi casi il proprietario vende il terreno al Comune che realizza i lavori infrastrutturali e lo rivende al proprietario/developer immobiliare ai prezzi di mercato.

Il modello americano

Il settore del commercio. Il modello americano è un altro caso indicato dalla McKinsey come esempio di concorrenza di successo nei servizi. La completa flessibilità del settore favorisce sia il low cost che l'alta qualità del servizio. I punti cruciali di questo modello sono: il basso costo del lavoro (30-40% in meno che in Europa) per i nuovi assunti; la semplificazione delle procedure e l'alta industrializzazione delle costruzioni (come in Olanda) che determinano una riduzione del 50-70% nei costi dello sviluppo immobiliare extraurbano; i bassissimi costi di chiusura dei punti vendita non competitivi; l'assenza di limitazioni sugli orari e sui periodi dei saldi che rende più dinamica l'offerta.