

I pirati della concorrenza

di *Emiliano Fittipaldi*

Dai trasporti alle banche. Dai farmaci all'energia. Dai prodotti alimentari fino all'ombrellone in spiaggia. L'Italia è il paese dei cartelli. Tra monopoli e intese occulte. In spregio al libero mercato. E a pagare sono sempre e solo i consumatori



Nell'Italia 2008, quella dell'inflazione che divora i salari e della crescita piatta, tutti, senza saperlo, giocano a una gigantesca versione del Monopoli. Costretti a una partita a cui nessuno vorrebbe partecipare, dove i concorrenti devono pagare prezzi drogati ai pochi dominatori del mercato. Dal cibo all'energia, dai trasporti alle banche, dagli sms alle medicine, dall'ombrellone in spiaggia ai cosmetici, fino ai mobili e ai preservativi, il Paese dei cartelli e della 'concorrenza zero' imita il celebre gioco della Hasbro.

Non c'è scampo: se ogni giocatore prima o poi apre il portafogli per dormire negli alberghi di via Marco Polo o di Parco della Vittoria, i consumatori italiani finiscono dalla mattina alla sera nella zona d'influenza dei singoli venditori. Costretti a piegarsi alla tariffa decisa a tavolino dal monopolista o dalle imprese (in teoria) concorrenti. Un fenomeno anti-mercato che ha pochi uguali in Occidente, e che invade la vita quotidiana pesando sui bilanci familiari per centinaia di milioni di euro. La mancata concorrenza è paragonabile a un pizzo, che gli economisti calcolano in rincari medi dal 10-30 per cento su migliaia di prodotti e servizi.

Appena sveglio, l'italiano paga pegno già davanti alla prima colazione. Pane, burro e latte sono già finiti sotto la lente dell'Antitrust, e nel mirino rischiano di finire anche yogurt e formaggi. A Roma il garante ha scoperto che era quasi impossibile trovare la rosetta sotto i 2 euro e 50 al chilo: l'Unione panificatori aveva 'suggerito' agli associati i prezzi minimi di ogni pagnotta e filone. La lista era stampata su carta intestata dell'Unione, ma la sanzione, inevitabile, è stata di soli 4.430 euro.

Sul latte l'istruttoria non è stata ancora aperta, ma chiunque percepisce che cambiando marche o rivenditori il costo di un litro di 'intero' o 'parzialmente scremato' varia di pochi centesimi. La Finanza, in segreto, sta indagando in varie regioni. Niente di nuovo sotto il sole: le imprese di latte per neonati, da Nestlé a Milupa, da Heinz Italia a Nutricia, da Humana ad Abbott, sono state in passato multate per miliardi di lire. Ma i cartelli puntano anche sul pranzo. In particolare, sul piatto preferito dall'italiano, la **pastasciutta**. Stavolta l'intesa sarebbe nazionale, e verrebbero danneggiati siciliani e altoatesini: Amato, Barilla, De Cecco, Divella, Garofalo, Rummo, Buitoni, Liguori, Russo e le altre 20 big dell'Unione industriale dei pastai avrebbero concordato durante un incontro, accusano gli investigatori del Garante, un aumento a tappeto di spaghetti, ditali e rigatoni, in modo da scaricare sulle famiglie il rincaro dei cereali sui listini internazionali. L'istruttoria è in fase avanzata, e i ben informati ipotizzano una multa record da decine di milioni di euro. Anche nella grande distribuzione organizzata, dove la competizione ha fatto passi da gigante, qualche sospetto di intesa c'è. "Specie sui prodotti di marca i prezzi sono quasi sempre identici, detersivi e alimentari in testa", racconta un player del nord Italia: "Anche sul vino quest'anno gli aumenti sono stati generalizzati. Sull'ortofrutta, invece, ci si sfida con le offerte speciali".

"Il fenomeno dei cartelli", spiega Paolo Landi dell'Adiconsum, "esplode durante i periodi di crisi, quando una concorrenza reale potrebbe salvaguardare il potere d'acquisto degli stipendi. Al contrario, **per proteggere i margini e il fatturato, le aziende si accordano senza ritegno**. Solo così si spiega perché, davanti a una domanda in flessione, i prezzi salgono invece di scendere. Guardate le telecomunicazioni". Facendo imbestialire gli appassionati che aspettavano da un anno iPhone della Apple, Tim e Vodafone hanno messo in vendita il gioiellino di Steve Jobs a prezzi quasi uguali, con piani tariffari simili e mostruosamente alti (fino al 300 per cento) rispetto a quelli praticati Oltralpe. L'Antitrust ha aperto un

dossier, e dopo 20 giorni ha allargato il campo e aperto un'indagine sugli Sms e gli Mms. Quando manda un 'messaggio', l'italiano paga in media 12 cent, contro gli 8 dei partner Ue. Il mercato è enorme: 4 miliardi di euro complessivi da spartire, con un margine per gli operatori che si avvicina al 90 per cento.

Dopo il pranzo e qualche telefonata, i falsari dei prezzi lobbizzano il cittadino-consumatore ogni volta che decide di uscire di casa. L'unica salvezza per evitare i trust sembra essere una passeggiata a piedi. In attesa dell'Alta velocità di Luca Cordero di Montezemolo, Trenitalia applica da qualche mese aumenti record: è l'unico vettore su rotaie, e può permetterci qualsiasi politica commerciale senza pagare mai dazio. Chi vuol risparmiare prendendo l'autostrada spesso non sa che i Benetton controllano oltre il 50 per cento della rete nazionale, e potranno dal 2009, dopo una nuova legge del governo, adeguare automaticamente i pedaggi ogni anno. Senza badare, come avveniva sinora, alla produttività e alla qualità del servizio. Il salasso dell'automobilista continua anche alla pompa di benzina. I petrolieri, nonostante indagini e accuse, hanno sempre negato cartelli e speculazioni.

Di fatto, i prezzi 'consigliati' dalle 'nove sorelle' variano di pochi centesimi: lunedì 4 agosto, secondo 'Quotidiano Energia', otto compagnie vendevano un litro di verde tra 1,471 euro e 1,474. Al distributore la variazione aumenta, ma nel balletto giornaliero dei listini nessuno sa qual è la compagnia più economica: così, in barba alla concorrenza, si ferma al primo rifornitore che trova su strada. "Servirebbero più pompe bianche", chiosano da Altroconsumo: "Ma i supermercati hanno grandi difficoltà a ottenere le licenze. Le leggi regionali sono burocratiche e negano i permessi". Chi evita treni e strade e preferisce volare può ancora godere qualche vantaggio, grazie alla competizione tra Alitalia e AirOne. Sulla tratta Roma-Milano gli aerei di Toto offrono, per esempio, tariffe più basse anche del 30 per cento. La festa, però, sembra agli sgoccioli: se i due gruppi si fondessero, su molte rotte si tornerebbe alla vecchia 'posizione dominante' della compagnia di bandiera.

L'Alitalia sarebbe salva, ma i prezzi tornerebbero a salire. Come accade sui tassametri dei taxi o per i biglietti degli autobus: l'italiano viene stritolato dai cartelli anche se resta in città. Il garante Antonio Catricalà ha affibbiato una multa da 10 milioni alle aziende di trasporto di Roma, Torino, Venezia, Bologna, Genova e Firenze: dal 2001 al 2007 le società evitavano di farsi concorrenza nelle gare d'appalto, organizzando la spartizione dei territori d'influenza. Un comportamento che ha pesato indirettamente sul costo dei biglietti.

Colazione, pranzo, autobus e benzina, durante la sua partita a Monopoli il consumatore incontra imprevisti, corporazioni e accordi segreti a ogni tiro di dadi. A dicembre l'Eni si è presa una multa da 132 milioni dalla Ue per il cartello sulla gomma tra sei gruppi chimici, intesa che pesava persino sul prezzo al dettaglio dei preservativi. I petrolieri di Stato sono finiti sotto inchiesta anche per la vendita di bombole di gas in Sardegna: sull'isola chi usa Gpl (che costa il doppio che nel resto d'Italia) sarebbe stato danneggiato da un cartello tra Eni, Butan Gas, Fiamma 2000 e Liquigas. Stessa storia anche per l'acqua dei rubinetti: in mezza Italia il patto tra Acea e Suez ha influito indirettamente sulle bollette dei clienti.

Persino le Poste restano monopoliste per il recapito della corrispondenza, un imperio che ha permesso de facto la sostituzione del francobollo ordinario con quello 'prioritario'. Poca scelta, quest'estate, anche per chi vuol tentare di risparmiare su lettini e ombrelloni: se gli indirizzi della categoria appiattiscono (verso l'alto) i listini degli stabilimenti, a Varazze le spiagge hanno fatto addirittura cartello, bocciando l'accordo tra Mr Prezzi e i privati per scontare l'affitto della sdraio dopo l'ora di pranzo. La battaglia è senza fine: quando il povero Mario Rossi tornerà dalle ferie, dovrà fare i conti con la cavalcata dei prezzi dei libri scolastici e il potere inamovibile degli ordini professionali. Un'indagine sul settore racconta che la legge Bersani è stata recepita solo dal 30 per cento dei professionisti.

Se geometri, psicologi e periti industriali sono stati promossi, architetti, avvocati e ingegneri non fanno ancora pubblicità comparativa, l'ingresso dei giovani resta una chimera, mentre le tariffe minime non vengono cancellate. Ne andrebbe, come si legge su alcuni codici deontologici, del "decoro della professione". Nessuno stupore: persino i gondolieri praticano un rigido numero chiuso al maschile, e Alexandra Hai, tedesca appassionata di Venezia e di canali, è riuscita a ottenere la licenza solo ricorrendo al Tar. Le corporazioni sembrano invincibili, e l'ultimo rapporto dell'Antitrust svela violazioni su qualsiasi attività economica del Paese: dagli sport equestri alla gestione degli aeroporti, dal soccorso stradale allo smaltimento delle pile scariche. Sulle tasche degli italiani pesa come sempre il caro assicurazioni: dal 2000, quando 39 compagnie furono condannate a pagare 700 miliardi di lire per un cartello nel ramo Rc auto, i sospetti e pregiudizi sono lievitati.

Anche le polizze, d'altronde, hanno continuato a camminare a passo spedito. Stessa solfa per le banche, che nonostante il j'accuse del governatore di Bankitalia Mario Draghi non rinunciano a fare cartello. L'Autorità ha comminato una multa milionaria agli istituti che non hanno consentito ai clienti di trasferire il mutuo a costo zero, e ha ottenuto una riduzione media del 18 per cento dei costi fissi per il Bancomat. Qualcuno però teme che gli accordi possano riguardare anche l'offerta dei mutui. Di sicuro, se un trentenne chiedesse oggi un prestito quindicinale di 100 mila euro a tasso fisso, le proposte delle

banche varierebbero di poco. Nei dati di Mutuonline, su 15 istituti la rata oscilla solo di qualche euro. Unicredit, Monte dei Paschi e Banca Agricola Mantovana spaccano addirittura il centesimo (la rata mensile è di 839 euro al mese), Ing Direct costa un euro in più, CheBanca! ne chiede 842, tre-quattro in meno di Carige, Intesa-San Paolo o Credem. La concorrenza, se c'è, è ben nascosta.

La lotta quotidiana nella giungla dei cartelli non risparmia nemmeno chi finisce all'ospedale (l'anno passato quattro aziende che vendono dispositivi per gli stomizzati hanno fatto cartello: multa da 4 milioni) e chi va in farmacia: per aggirare la legge Bersani in Abruzzo, Basilicata e Puglia alcuni grossisti, d'intesa con le farmacie, hanno tentato di boicottare le parafarmacie rendendo quasi impossibili i rifornimenti di prodotti senza obbligo di ricetta, con "comportamenti ostruzionistici ed espliciti rifiuti" che lasciavano vuoti gli scaffali dei concorrenti. Se Federfarma perdeva la battaglia per i corner nei supermercati, la federazione di Teramo ha tentato di fissare i prezzi inviando a tutti gli associati un prospetto con gli sconti massimi da praticare.

Disprezzo del mercato, difesa della casta e del privilegio, terrore della corsa al ribasso, l'italica 'concorrenza zero' è soprattutto un gap culturale, e debellare la malattia non sarà uno scherzo. Se Spagna e Francia stanno sfruttando al massimo la recente legislazione che consente di usare 'pentiti' che, denunciando cartelli, ottengono l'immunità, in Italia davanti agli uffici dell'Authority a piazza Verdi, a Roma, non ci sono file. A un anno e mezzo dalla Bersani hanno fatto la soffiata solo in due. Il gruppo Trombini ha denunciato un'intesa dei produttori del legno, mentre un pentito (a 'L'espresso' risulta che si tratta di Henkel Italia) ha svelato un accordo segreto tra i big dei cosmetici: L'Oreal Italia, Unilever Italia, Procter and Gamble e Colgate-Palmolive insieme ad altre aziende leader avrebbero programmato aumenti dei prezzi, scambiato informazioni con i distributori, indicato sconti e bonus. Con lo scopo di fare più soldi possibili sulle spalle di chi compra dentifrici, shampoo e rossetti. "Non è un caso", commenta Landi, "che ci si senta accerchiati".

(19 agosto 2008)